

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MOHAMEDSEDDIK BENYAHIA UNIVERSITY-JIJEL
HUMAN AND SOCIAL SCIENCES FACULTY
DEPARTEMENT OF INFORMATION AND
COMMUNICATION SCIENCE

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال



العنوان

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

لجنة المناقشة /

- الأستاذة(ة) : هند عزوز رئيسا

- الأستاذة(ة) : توفيق بوخدوني مشرفا

- الأستاذة(ة) : رضوان بوحيلة مناقشا

من إعداد الطلبة /

- الطالب(ة): زينة بوحوش

- الطالب(ة): لطيفة بلهاين

- الطالب(ة): سلمى طويطو

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MOHAMEDSEDDIK BENYAHIA UNIVERSITY-JIJEL
HUMAN AND SOCIAL SCIENCES FACULTY
DEPARTEMENT OF INFORMATION AND
COMMUNICATION SCIENCE

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال



العنوان

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

لجنة المناقشة /

- الأستاذة(ة) : هند عزوز رئيسا

- الأستاذة(ة) : توفيق بوخدوني مشرفا

- الأستاذة(ة) : رضوان بوحيلة مناقشا

من إعداد الطلبة /

- الطالب(ة): زينة بوحوش

- الطالب(ة): لطيفة بلهاين

- الطالب(ة): سلمى طويطو

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي جَعَلَ الْمَوْتَ
وَالْحَيَاةَ وَالَّذِي
يُعِيدُ النَّاسَ
وَالَّذِي يُعَلِّمُ
بِالْقُرْآنِ وَالَّذِي
يُعَلِّمُ بِالْقُرْآنِ
وَالَّذِي يُعَلِّمُ
بِالْقُرْآنِ

شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف المرسلين سيدنا
محمد صلى الله عليه وسلم ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين وبعد
نشكر الله تعالى على فضله حيث أتاح لنا انجاز هذه المذكرة فله
الحمد أولاً وأخيراً.

ثم ندين بالفضل والعرفان إلى كل من ساهم ويسر لنا مواصلة التعلم،
وكما نتقدم بالشكر الجزيل للأستاذ الفاضل " بوخدوني توفيق "
المشرف العلمي على هذه الدراسة ونصائحه القيمة والهادفة طيلة
انجازها، فجزاه الله عنا كل خير.

إلى كل الأساتذة الذين لم يبخلوا علينا ولو بمقال درة من علم طيلة مشوارنا
الدراسي، كما لا يفوتنا أن نتقدم بالشكر والامتنان لكل من ساهم في إعانتنا في
هذا البحث المتواضع من قريب أو بعيد ولو بكلمة طيبة

والأستاذ الفاضل شربال مصطفى.



إهداء

رغم ما مرت به من عقبات ها هي رحلتي الجامعية أوشكت على الانتهاء، من قال أنا لها نالها وأنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها، فما أجمل أن يرتدي الإنسان عباءة حلمه.

إليك يا نفسي فأنت الأحق بالإهداء...

إليك يا من علمتني الصبر... علمتني التحدي

إلى من أزاحت الأشواك عن دربي لتمهد لي طريق العلم...أمي

إلى من رسم لي المستقبل بخطوط من الحب والثقة...أبي

إلى كتفي الثابت الذي لا يمل ولا يميل...سندي عضدي إخواني منير، محمد، علاء الدين

إلى رفيقات الخطوة الأولى والأخيرة أخواتي لامية، فاطمة، ابتسام، دنيا، بشرى

إلى صغار العائلة دعاء، ملاك، غفران، آدم

إلى القريب من القلب من ساندني بكل حب في لحظات ضعفي...إلى من كان داعما في

الأوقات الصعبة...هشام

إلى صديقاتي وافية وأمينة، منال وصديقات المذكرة سلمى، زينة

الطيبة

أتمنى أن تكون هذه النهاية بداية لطريق مليء بالنجاح بإذن الله.





إهداء

الحمد لله وكفى والصلاة على الحبيب المصطفى وأهله ومن وفى

إلى التي وهبتي كل الحنان والعطاء، إلى التي صبرت على كل شيء التي رعتني حق
الرعاية وكانت سندي في الشدائد، تتبعتني خطوة بخطوة في عملي، إلى من
ارتحت كلما تذكرت ابتسامها في وجهي، أعز ملاك على القلب والعين جزاها
الله عني خير الجزاء في الدارين... أمي الحبيبة

إلى أبي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له آماله، إلى من كان يدفعني قدما نحو الأمام
لنيل المبتغى، إلى الإنسان الذي امتلك الإنسانية بكل قوة... أبي الغالي
إلى من إتخذتهم قدوة في دروب المعرفة أخواتي: جازية، سعاد، حياة، مريم، خديجة،
ريان.

إلى إخوتي: عبد الباسط ومحمد.

إلى أزواج أخواتي: عبد الغاني، عبد الله، أحمد، محفوظ، خير الدين، محمد وأولادهم
إلى زوجي المستقبلي الذي رفع من معنوياتي: محمد شنوقي وكل عائلته كبيرا وصغيرا
إلى صديقاتي: زينة، لطيفة، وافية، ماجدة، مروة.

إلى الأستاذ الفاضل شريال مصطفى الذي كلما تظلمت الطريق أمامي أنارها لي.

إلى كل من يؤمن بأن بذور نجاح التغيير في دوانتنا وفي أنفسنا قبل أن تكون في أشياء

سلامي

أخرى

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذه المذكرة سواء بكلمة أو فكرة أو مرجع.



إهداء



بسم خالقي وميسر أموري وعصمت أمري، لك كل الحمد والامتنان
تعبنا، تعلمنا، فقدنا، وحققنا.

أحمد الله تعالى وأشكره الذي وفقني وأعانني على إتمام هذا العمل.

أهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى من قال فيهما الرحمان: "...واخفض لهما جناح الذل من
الرحمة وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا...."

إلى من غمرتني بنبع الحنان والعطف ومن حملتني جنينا في أحشائها إلى التي سهرت علي،
إلى التي لم تبخل علي بدعائها وكانت رفيقتي الأولى في الحياة أُمي الغالية.

إلى الذي أنار دربي وحسن خلقي وعلمني أن الحياة كفاح، إلى من علمني الأخلاق وحصد
الأشواق عن دربي ليمهد لي طريق العلم وكانت نصائحه دربا منيرا أهتدي به أبي العزيز.

إلى جدتي التي رعتني حفظها وأطال الله في عمرها، إلى روح جدي الغالي رحمه الله.

إلى نجوم سمائي المتألئة وسندي في الحياة أخواتي: سلاف، دلال، عائدة، مريم.

لأخي عمار إنك الشيء المتعمق في نصف قلبي يا حائطي الذي أتاك عليه عند شدتي
وملاذي بعد الله، إلى كل عائلة أفراد بوحوش أعمامي وعماتي وكذا خالاتي وكل أبنائهم
صغارا وكبارا.

إلى رفيقات الدراسة: سلمى، مروة، لطيفة، فاطمة، إيناس، سماح، وافية.

إلى الأستاذ الفاضل شربال مصطفى الذي كلما تظلمت الطريق أمامي لجأت إليه فأنارها لي

إلى الدين يذكرهم قلبي ولا يسعهم قلبي...

والشكر لكل من ساعدني ولو بكلمة .. **زينية**



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر وتقدير
	إهداء
	إهداء
	إهداء
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	ملخص الدراسة
أب	مقدمة
الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة	
1	تمهيد
2	1. إشكالية الدراسة وفرضياتها
3	2. أسباب اختيار الموضوع
4	3. أهمية الدراسة
5	4. أهداف الدراسة
6	5. تحديد مفاهيم الدراسة
12	6. الدراسات السابقة والمشابهة
22	7. المقاربة النظرية للدراسة
30	خلاصة الفصل
31	هوامش الفصل
الفصل الثاني: الإعلام الإلكتروني	
38	تمهيد
39	1. مفهوم الإعلام الإلكتروني
39	2. تاريخ وتطور الإعلام الإلكتروني

40	3. خصائص الإعلام الإلكتروني
41	4. أهمية الإعلام الإلكتروني
42	5. مكونات الإعلام الإلكتروني
44	6. أشكال الإعلام الإلكتروني
45	7. الإشكالات التي تواجه الإعلام الإلكتروني
45	8. إيجابيات وسلبيات الإعلام الإلكتروني
47	خلاصة الفصل
48	هوامش الفصل
	الفصل الثالث: القيم الإجتماعية
53	تمهيد
54	1. مفهوم القيم الإجتماعية
54	2. خصائص القيم الإجتماعية
55	3. أهمية القيم الإجتماعية
55	4. وظائف القيم الإجتماعية
56	5. تصنيف القيم الإجتماعية
58	6. مصادر القيم الإجتماعية
59	7. مستويات اكتساب القيم الإجتماعية
59	8. مكونات القيم الإجتماعية
60	9. مظاهر القيم الإجتماعية
61	خلاصة الفصل
62	هوامش الفصل
	الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة
67	تمهيد
68	1. مجالات الدراسة
69	2. مجتمع الدراسة

70	3. عينة الدراسة
71	4. نوع الدراسة ومنهجها
72	5. أدوات جمع البيانات
75	6. أساليب تحليل البيانات
77	خلاصة الفصل
78	هوامش الفصل
	الفصل الخامس: الإطار التطبيقي
82	تمهيد
83	1. عرض وتحليل وتفسير بيانات الدراسة
119	2. النتائج العامة للدراسة الميدانية
121	3. مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات
122	4. مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة
125	5. مناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية
127	هوامش
129	التوصيات والاقتراحات
128	خلاصة
ج	خاتمة
	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

قائمة الجداول:

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	جنس المبحوثين	83
02	سن المبحوثين	84
03	المستوى التعليمي للمبحوثين	86
04	تخصص المبحوثين	87
05	الوسيلة التي يتفاعل بها المبحوثين	88
06	المكان المفضل لديك أثناء تصفحك للنث	90
07	الوقت الذي يمضيه المبحوثين في استخدام النث	93
08	أوقات استعمال النث	95
09	أبرز البرامج التي يتفاعل معها المبحوثين	96
10	تفاعلك مع الآخرين يتم عبر الفضاء	97
11	القيمة الأخلاقية التي تكتسبها من هذا الفضاء	99
12	الإقنتاع بأن الهاتف الذكي يحسن العلاقات مع الآخرين	100
13	تصفح مواقع التواصل الإجتماعي عمل على تدعيم القيم الأخلاقية للمبحوثين	101
14	الفضاءات الإلكترونية الأكثر تأثيرا على القيم الإجتماعية للمبحوثين	103
15	القيم التي تدعمها مواقع التواصل الإجتماعي	104
16	تعلم المبحوثين من مواقع التواصل عادة	106
17	الإستفادة من نقاشات المنتديات	107
18	أوجه الإستفادة من المراسلات الإلكترونية عند المبحوثين	108
19	مواقع لهيئات الدينية الحكومية المسيرة للشؤون الدينية المتابعة من طرف المبحوثين	110
20	مساهمات مواقع الهيئات الدينية في مجال الدين من وجهة نظر المبحوثين	111

113	موقف المبحوثين من المواقع والصفحات الدعوية	21
114	المضامين الدينية التي يتصفحها المبحوثين عبر الإنترنت	22
116	تصفح المواقع الدينية للمبحوثين	23
117	مساهمة المنتديات في غرس القيم الدينية للمبحوثين	24

ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة موضوع بعنوان "دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الاجتماعية للطالب الجامعي" وقد حاولت هذه الدراسة الإجابة على جملة تساؤلات وهي:

- هل الإعلام التفاعلي يهذب القيم الأخلاقية؟

- هل الإعلام الاجتماعي يساهم في تعديل القيم الاجتماعية؟

- هل الإعلام الديني يرسخ القيم الدينية؟

هذه التساؤلات كانت محور الاستمارة المعتمدة كأداة رئيسية في البحث طبقت على عينة طبقية تناسبية من الطلبة قدرت ب 101 مفردة، بقسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل (قطب تاسوست).

وانطلق البحث من فرضية أساسية هي: الإعلام الإلكتروني له دور في تشكيل القيم الاجتماعية للطالب الجامعي.

أما أهداف الدراسة فتمحورت خاصة حول السعي للتعرف على دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الاجتماعية للطالب الجامعي، والكشف عن مستوى القيم الاجتماعية السائدة كمخرجات الإعلام الإلكتروني.

ولأجل تحقيق هذه الأهداف استخدم المنهج الوصفي والذي يناسب موضوع البحث.

وقد توصلت هذه الدراسة نتائج أهمها:

- أن الإعلام الإلكتروني كإعلام تفاعلي يهذب القيم الأخلاقية للطالب الجامعي.

- أن الإعلام الإلكتروني باعتباره إعلام اجتماعي يساهم في تعديل القيم الاجتماعية للطالب الجامعي.

- وباعتباره إعلاما دينيا يعمل على ترسيخ القيم الدينية للطالب الجامعي.

وبصورة عامة توضح النتائج المتوصل إليها أن الإعلام الإلكتروني له دور في تشكيل القيم الاجتماعية لدى الطالب الجامعي.

الكلمات المفتاحية: الدور، الإعلام الإلكتروني، التشكيل، القيم الاجتماعية.

Abstract :

the study is entitled : the rol of electronic media of forming the student social values and to answer the following questions :

- does interactive media help to improve the Moral values ?
- does the social media contribute in better the socail values ?
- does the religious media stablize the religians values ?

All of these questions were about the form wiche is plags an important rol for finding a sam of 101 students of faculty media and communication Tasust university.

This research starts from a main hypothesis :

- electronic media has a rol in forming the social for the student.
- the aims of the study is to demonst to the vol of
- the electronic media in forming the student social values, and to findant the level of peralent social values as an electronic media outputs.
- and to achive the gool of this experinent we used the descriptive method for this search.
- the electronic media conciderd as an interactive media to improve the student marals values.
- the electronic media as is knon by social media canteributes ameliarate the social values of the student.
- as it conciderd a religians media it werks to fix the religions valus of the student.

en general it demanstrate the continousresut of the electronic media in forming the valus.

Keywords: role, electronic media, formation, social values

مقدمة

مقدمة:

مقدمة:

يشهد العالم المعاصر تطورا تقنيا ومعرفيا غير الكثير في ملامح الحياة بعدما صارت المعمورة أشبه بقرية كونية اختزلت فيها حواجز الزمن وقيود المكان بفضل الشبكة العالمية، هذا التطور اللامتناهي الأبعاد كان نتاج جهود مفكرين وعلماء ساهموا بشكل كبير في تطوير التقنيات الرقمية لخدمة الإنسان وتحقيق رفاهيته في شتى الجوانب، ومن بين هذه التقنيات نجد الإعلام الإلكتروني من أهم أجهزة الإعلام وذلك لاحتوائه بكل مجالات الإعلام المرئي، المسموع، المقروء وبهذا أصبح متاحا بصورة كبيرة من خلال وسائطه المختلفة كالصحافة الإلكترونية والمنديات والهاتف الذكي وغيرها التي تمكن الطالب الجامعي كفرد إجتماعي متعلم من التعبير عن رأيه وطرح وجهة نظره التي يراها مناسبة وجعل جميع أفراد المجتمع متقبلين للتغيير على مستوى القيم المتداولة، كما يمثل أيضا كإعلام إجتماعي وذلك من خلال مواقع التواصل الإجتماعية ووسائل الإتصال الأخرى التي تجعل من الطالب الجامعي فردا مشاركا في بناء القيم الإجتماعية التي ترقى به، كما يبرز كإعلام ديني في ترسيخ القيم الدينية للطالب الجامعي.

إن الدراسة العلمية لدور الإعلام الإلكتروني في الحياة الإجتماعية هي دراسة يجب أن تحظى بالأولوية، لأن النظام القيمي وكيفية تشكله في المجتمع تفرض ضرورة البحث في تشكل القيم الإجتماعية، فهذه العملية ليست سهلة في أي مجتمع خاصة لدى الطالب الجامعي لأنها تأخذ بعين الإعتبار طبيعة المجتمع والثقافة السائدة والعادات والتقاليد التي يصعب التخلي عنها أو تعديلها. فالقيم الإجتماعية تعتبر بمثابة الصفات المثالية للمجموعة وهي أدوات تحافظ على النظام والاستقرار الاجتماعي وتعد أيضا من الأساسيات التي تبنى عليها المجتمعات وتقام عليها الأمم.

واستنادا إلى كل ما سبق فإن " دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الإجتماعية لدى الطالب الجامعي " هو موضوعا جديرا بالدراسة في هذه الظرفية المتسارعة من الزمن.

وقد تضمنت هذه الدراسة:

القسم النظري: حيث تكون من:

الفصل الأول: الإطار العام المفاهيمي للدراسة



مقدمة:

كفصل أول قمنا بصياغة إشكالية الدراسة باعتبارها الأهم في البحث فهي تمثل أساس البحث والانطلاق، فكتاباتها هي أول ما يقوم به الباحث وآخر ما يقوم بتعديله عند الانتهاء من البحث والتقصي للحقائق بصورة علمية وموضوعية، اندرجت تحتها كل من تساؤلات الدراسة وفرضياتها، مبررات اختيار الموضوع وأهميته وأهدافه العلمية والعملية، إضافة إلى تحديد المفاهيم وعرض الدراسات السابقة والمشابهة للموضوع وأخيرا المقاربات النظرية المفسرة للدراسة.

الفصل الثاني: الإعلام الإلكتروني تمثل في عرض مفصل عن الإعلام الإلكتروني بداية من ماهيته وتاريخ تطوره وخصائصه وأهميته، مكوناته، أشكاله والإشكاليات التي تواجهه وأخيرا إيجابياته وسلبياته.

الفصل الثالث: القيم الإجتماعية تم التطرق فيه إلى مفهوم القيم وخصائصها، أهميتها ووظائفها، أبرز تصنيفاتها ومصادرها، مستويات اكتسابها، مكوناتها، وأخيرا البعض من مظاهرها في الحياة الإجتماعية.

القسم الميداني للدراسة: تضمن فصلين هما:

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة ضم كل من مجالات الدراسة، مجتمع الدراسة والعينة، إضافة إلى المنهج والأدوات المستعملة في جمع البيانات، كذلك أساليب تحليل البيانات.

الفصل الخامس: الإطار التطبيقي للدراسة: تضمن عرض وتفسير البيانات المتحصل عليها وصياغة النتائج العامة للدراسة، ومناقشة النتائج في ضوء كل من الفرضيات والدراسات السابقة والمقاربة النظرية.

وأخيرا خاتمة وقائمة الملاحق.

الفصل الأول:
الإطار المنهجي
للدراسة

الفصل الأول: الإطار النظري والمنهجي للدراسة

تمهيد

- 1- إشكالية الدراسة وفرضياتها
- 2- أسباب اختيار الموضوع
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- تحديد مفاهيم الدراسة
- 6- الدراسات السابقة والمثابفة
- 7- المقاربة النظرية للدراسة

خلاصة:

هوامش الفصل:

تمهيد:

إن التطرق إلى تشكيل القيم الإجتماعية من خلال مدخلات الإعلام الإلكتروني بمختلف أشكاله وتجلياته الفكرية يتطلب استحضار عديد المقاربات المعرفية التي تأخذ بنظر الاعتبار البيئة الإجتماعية ومختلف خصائص العناصر الثقافية ذات الصلة بالموضوع، وكذا منهجية مضبوطة تلامس ما يرجى التحقق منه امبريقيا، لأن مسألة القيم الإجتماعية هي مسألة عابرة للتخصصات، والتأسيس لأي دراسة لها هو تحدي علمي ومساءلة لعديد المعطيات الإجتماعية والإعلامية وما يرجى التوصل إليه سوسيولوجيا خاصة.

وفي هذا الفصل سيتم طرح إشكالية الدراسة المتعلقة بتشكيل القيم الإجتماعية من منظور سوسيولوجي للإعلام الإلكتروني وتحديد الفرضيات الموجهة للبحث مع إيراد مبررات اختيار الموضوع الذاتية منها والموضوعية، وكذا الأهمية والأهداف المرجو الوصول إليها، وكذلك تحديد المفاهيم الأساسية المتضمنة في عنوان البحث وأهم المفاهيم ذات الصلة وهي المؤشرات التي تضمنتها الفرضيات المعتمدة في البحث، دون إغفال إيراد جملة الصعوبات التي اعترضت البحث في هذا الموضوع.

1- إشكالية الدراسة وفرضياتها:

في هذا العالم المتسارع من حيث الوسائل التكنولوجية والوسائط التي تميز الشبكة العنكبوتية العالمية أضحي الأفراد يتلقون صعوبات في فحص الكم الهائل من المعلومات والمعارف تتدفق تباعاً، وأصبحت القيم الإجتماعية هي المستهدف الرئيسي من هذه التدفقات، فهذه القيم في عصر الإعلام الإلكتروني بكل أشكاله سواء الصحافة الإلكترونية أو مواقع التواصل الإجتماعي أو المنتديات وكل أشكال التدوين تواجه عملية تشكيل صناعية تبرز في ذلك التعديل أو البناء أو الرفض الذي تعرضه القيم المعرفية المتبادلة في هذا العالم خاصة لدى الطالب الجامعي الذي هو أكبر محصلة لذلك.

وهذه القيم التي توصف بالاجتماعية هي من القضايا الهامة التي دار حولها الكثير من الجدل نتيجة التغيرات والمستجدات العالمية الواسعة التي أحدثت خلال العقود السابقة خاصة بعد تطور الإعلام الإلكتروني وما صاحبه من تطورات هائلة في مجال تكنولوجيا المعلومات حيث كان لها أثر مباشر على قيم الأفراد ومبادئهم فانحصرت مجموعة من القيم وظهرت قيم جديدة وانعكس على ذلك على التنظيم الإجتماعي والأخلاقي والديني للمجتمع، لان القيم بصفة عامة والإجتماعية بصفة خاصة تشكل نمودجا سلوكيا وفكريا لأفراد في تعاملهم مع الغير بحيث تشكل ركنا أساسيا في تكوين العلاقات الإجتماعية والإنسانية داخل البيئات الإجتماعية المختلفة بالإضافة إلى دورها الكبير في عملية التفاعل الإجتماعي والاختلاط بين الأفراد في المجتمع الواحد وبين الجماعات الأخرى كون القيم الإجتماعية يفضلها الأفراد ويرغبونها بإعتبارها من صلب ثقافتهم وموجهة لسلوكهم.

وبالنظر إلى هذه الإشكالات المطروحة فإن الإعلام الإلكتروني يؤدي أدوارا محددة وتتداخل في هذه العملية إذ يعتبر الإعلام الإلكتروني ظاهرة إعلامية عالمية جديدة ومرحلة من مراحل التطور التكنولوجي في تزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات ويعبر عن المجتمع الذي يصدر منه ويتوجه إليه فهو نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له تديرها مؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير، وتعددت وسائل الإعلام الإلكترونية تبعا للتطورات التقنية التي طالت شبكة بالأنثرنيت فانتشرت المواقع الإعلامية الإلكترونية والتي تمكن الطالب الجامعي كفرد اجتماعي متعلم من التعبير عن رأيه وطرح بدائله التي يراها مناسبة لجعل جميع أفراد المجتمع متقبلين للتغيير على مستوى القيم الإجتماعية.

يؤدي الإعلام الإلكتروني دور فعال أساسي في تشكيل القيم الإجتماعية خاصة مع تسارع وتيرة الحياة أين أتاح الفرصة أمام كل شرائح المجتمع لنقل أفكارهم والتعبير عن آرائهم ومناقشة مختلف

قضاياهم وبذلك بات يساهم بقوة في خلق الرأي العام وتشكيل النظام الاجتماعي وأدى بالفرد إلى تغيير نمط معيشتة وسلوكه في العادات والتقاليد وطرق التفكير والحوار وأصبح يعيش في بيئة جديدة وعالم مفتوح نظرا لاتساع دائرة استخدام الإلكتروني وتزايد أهميته في إحداث التغيير داخل المجتمع.

ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

✚ ما هو دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الاجتماعية؟

وهذا التساؤل تترتب عنه تساؤلات فرعية تتمثل في:

✚ هل الإعلام التفاعلي يهذب القيم الأخلاقية؟.

✚ هل الإعلام الاجتماعي يساهم في تعديل القيم الاجتماعية؟.

✚ هل الإعلام الديني يرسخ القيم الدينية؟.

هذه التساؤلات ستمكن من توجيه مسار هذا البحث العلمي ومعالجة هذا الموضوع وتمكن من صياغة فرضيات تستوجب التأكد منها امبريقيا، لذلك سيتم إيراد مجمل الفرضيات المعتمدة التي تقوم على مؤشرات تضبط البحث العلمي وتؤسس لبحث منهجي متكامل، مع تبيان الترابط بين مؤشرات متغيرات الدراسة وتجانسها في فصل الإجراءات المنهجية بالجانب الميداني.

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: الإعلام الإلكتروني له دور في تشكيل القيم الاجتماعية للطالب الجامعي.

الفرضيات الفرعية: تتمثل في:

- يهذب الإعلام التفاعلي القيم الأخلاقية.

- يساهم الإعلام الاجتماعي في تعديل القيم الاجتماعية.

- يرسخ الإعلام الديني القيم الدينية.

2- أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار الباحث لموضوع الدراسة ليس اعتباطيا، بل هو نتاج مبررات ودوافع أدت إلى انتقاء هذا الموضوع دون غيره ومن بين أهم مبررات اختيارنا لموضوع الدراسة المتمثل في: "دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي". نجد:

2-1 أسباب ذاتية:

- الفضول العلمي لمعرفة دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي.
- الرغبة في إثراء الرصيد المعرفي الشخصي في هذا المجال والسعي للإدراك المقاربات النظرية ذات الصلة بالواقع المعاش.
- قناعة خاصة مفادها أن معرفة تشكل القيم لدى الطلبة من شأنه انه يمكن من إدراك شكل المجتمع.
- اهتمامنا الكبير بالإعلام الإلكتروني الذي يعد من بين إفرزات تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- الرغبة في إثراء المكتبة الجامعية بالمعارف.

2-2 أسباب موضوعية:

- قابلية هذا الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.
- إن موضوع الإعلام الإلكتروني من بين الدراسات الإعلامية التي هي من صميم تخصص علوم الإعلام والاتصال.
- إنجاز مذكرة تخرج في تخصص علوم الإعلام والاتصال.
- إن هذا البحث يمكن من تحديد أهم المؤشرات التي تضبط القيم الإجتماعية لدى الطالب الجامعي.
- إن مستجدات الإعلام الإلكتروني ونوعية الطالب الجامعي في خضم العولمة يسمح بتوقع زوال قيم وظهور أخرى.
- إن عملية تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي ممارسة لها هدف تتم بعفوية كما تتم عن قصد وتخطيط لدى بعضهم ومن الضروري استنطاق هذه العملية، وما مدخلات الإعلام الإلكتروني في ذلك.

3- أهمية الدراسة:

تتوقف أهمية أي دراسة على أهمية الظاهرة المدروسة في حد ذاتها وقيمتها العلمية والنتائج التي ستحققها، حيث يكتسب البحث العلمي أهميته عندما ينطلق من الواقع الذي يجعل الباحث ينتبه إلى التحولات وتغيرات في مؤشرات الدراسة الموجودة في مجتمعه أو في المجتمعات القريبة منه والمؤثرة فيه، وكما هو معلوم فإن لكل دراسة أهمية معينة تنطوي عليها، ودراستنا هذه لها أهمية بالغة كونها الظواهر الإعلامية التي تغطي على المجتمعات ألا وهي الإعلام الإلكتروني وكذا الدور الذي يلعبه في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي، وتزيد أهمية الدراسة في أنها تستهدف شريحة الطلبة الجامعيين كمنخب في المجتمع.

4- أهداف الدراسة:

لكل بحث أهداف يريد الباحث تحقيقها وفي إطار هذه الدراسة نسعى للوصول إلى الأهداف التالية:

4-1 الأهداف العلمية:

- الإجابة على مجمل التساؤلات المطروحة في إشكالية الدراسة.
- السعي إلى توصيف علمي لتشكيل الإعلام الإلكتروني للقيم الإجتماعية.
- المساهمة في إثراء البحوث التي تناولت الإعلام الإلكتروني والقيم الإجتماعية.
- السعي إلى التحقق من الفرضيات المطروحة لدراسة الموضوع في الواقع الميداني باعتبار المؤشرات التي تم وضعها.

4-2 الأهداف العملية:

- السعي للتعرف على أدوار الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الإجتماعية لدى الطلبة.
- الكشف عن مستوى القيم الإجتماعية السائدة كمنتجات للإعلام الإلكتروني.
- التعرف على الدور الذي يؤديه الإعلام الإلكتروني كإعلام تفاعلي في بناء منظومة القيم الإجتماعية للطالب الجامعي أو تعديلها.
- رصد كيفية تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي.

5- تحديد مفاهيم الدراسة:

إن تحديد المفاهيم من أهم الخطوات اللازمة في مسار أي دراسة أو بحث علمي، لذلك يجب على الباحث أن يحدد مفاهيم دراسته بدقة حتى يزيل الغموض واللبس عنها، ولقد ورد في دراستنا هذه مصطلحات ومفاهيم كالتالي:

أ) **المفاهيم الأساسية:** وهي الكلمات المفتاحية المتضمنة في عنوان البحث كما يلي:

5-1 مفهوم الدور:

- لغة: جاء في لسان العرب: "دار الشيء يدور ودوران، والدهر دوارا بالإنسان" (ابن منظور، 2005، ص323، 324).

جاء في قاموس مصطلحات علم الاجتماع: "يستخدم مصطلح الدور في علم اجتماع وعلم النفس الاجتماعي و الأنثروبولوجيا بمعان مختلفة، فيطلق كمظهر للبناء الاجتماعي على وضع اجتماعي معين يتميز بمجموعة من الصفات الشخصية والأنشطة" (مقداس، 2003، ص120).

وفيل المنجد: "الدور: (مص) ج أدوار: الحركة.

"عود الشيء إلى حيث كان أو إلى ما كان عليه" (المنجد، 2005، ص288).

في الوسيط: "الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعض يقال: انفسخ دور عما منه، توقف كل من الشيين على الآخر والنوبة (ج) أدوار" (مصطفى وآخرون، ص303).

- **إصطلاحا:** الدور: "نمط من الأفعال والتصرفات التي يتم تعلمها إما بشكل مقصود أو بشكل عارض والتي يقوم بها شخص ما في موقف يتضمن تفاعلا ما" (سالم، جادو، 2015، صص17، 18).

وهو: "مجموعة من الوظائف أو المهام التي الأساسية التي يقوم بها شخص أو جهاز معين" (إبراهيم، 2004، ص24).

- **التعريف الإجرائي لمفهوم الدور:** يقصد بالدور في هذه الدراسة: مجمل المهام أو الوظائف التي يقوم بها الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الاجتماعية للطالب الجامعي.

5-2 الإعلام الإلكتروني:

- **الإعلام لغة:** "هو التبليغ أو الإبلاغ، أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب والبلاغ، ما بلغك أي وصلت وفي الحديث: "بلغوا عني ولو بآية" أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب".

يقال: "أمر الله بلع أي بالغ، ذلك من قوله تعالى {إن الله بالغ أمره} أي نافذ (الدليمي، 2011، ص 17، 18).

مصطلح جديد تبلور بشكل أكثر وضوحاً بعد الحرب العالمية الثانية، اشتق من العلم، ومن إيصال

المعلومات الصحيحة للناس " (الدليمي، 2011، ص 107).

- الإعلام اصطلاحاً:

"عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية وأراء راجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام، والإعلام يخاطب عقول الجماهير وعواطفهم السامية ويقوم على مناقشة الأفكار والحوار والإقناع وبنزع الديمقراطية وعلى هذا الأساس لا بد من أن تتسم العملية الإعلامية بالأمانة والموضوعية " (ختاتنة، 2015، ص 20، 21).

وفي تعريف آخره: "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات الدقيقة والحقائق الثابتة والتي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة أو مشكلة، ويعبر تعبيرا موضوعيا عن اتجاهات الجماهير وميلهم " (الفار، 2010، ص 27).

هو: "عملية نقل المعلومات للجماهير مع ذكر مصادرها، يقوم على خدمة الصالح العام " (العبد الله، 2014، ص 45).

يعرف أيضا بأنه: "نشر الأخبار والأفكار والآراء بين الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة كالصحافة والإذاعة والسينما والمحاضرات والندوات والمؤتمرات والمعارض وغيرها بغية التوعية والإقناع وكسب التأييد (بدوي، 1994، ص 14).

وفي تعريف توضيحي لمعنى الإعلام: هو عملية نشر وتبادل الأخبار والمعلومات بين الجماهير بواسطة وسائل مختلفة.

- الإعلام الإلكتروني:

"الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة تتيح نشأة وتطوير محتوى ووسائل الاتصال الإعلامي أليا أو شبه آلي في العملية الإعلامية باستخدام التقنيات الإلكترونية الحديثة الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات كنواقل إعلامية غنية بإمكاناتها في الشكل والمضمون" (أبو عيشة، 2010، ص 276).

وفي تعريف آخر هو: "ذلك الإعلام الذي يتم عبر الطرق الإلكترونية وفي مقدمتها الانترنت، حيث يحظى هذا النوع من الإعلام بنصيب متنامي في سوق الإعلام، وذلك نتيجة الوصول إليه وسرعة إنتاجه

وتطويره وتحديثه، كما أنه يتمتع بمساحة أكبر ونصيب أوفر من الحرية الفكرية، وتعد التسجيلات الصوتية والمرئية والوسائط المتعددة والأقراص المدمجة وكذلك الانترنت أهم أشكال الإعلام الإلكتروني الحديث والمعاصر" (قنديجي، 2015، ص71).

هو"جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني المختلفة حيث يشمل أجهزة الإعلام الرقمية عموماً أو صناعة الصحافة عبر الانترنت كاستخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة، فضلاً عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في سياق التزاوج الرقمي أي يمكن تشغيل الفيديو بالتزامن مع معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كمبيوتر" (شفيق، 2010، ص56).

وفي تعريف آخر أكثر وضوحاً للإعلام الإلكتروني: هو عملية إخبار واتصال تتم بين البشر في فضاء إلكتروني بواسطة وسائل إلكترونية حديثة، كمواقع التواصل الاجتماعي مثلاً. إجرائياً: يقصد بالإعلام الإلكتروني في دراستنا مجموعة من الأساليب والوسائط والأنشطة الرقمية الجديدة التي تساهم في تشكيل القيم الاجتماعية للطالب الجامعي.

3-5 مفهوم تشكيل:

- لغة:

من الفعل شكل، شكل منه أي ألف منه، كون منه، شاكله ببعض الأمور أي حاكاه ببعضها، شابهه بها، ضارعه بها(أنطون فيقانو، 2004، 2005، ص 233).

- ورد في معجم المنجد في اللغة والإعلام: شكل الشيء أي صورته(المنجد، 2003، ص39).

- تشكيل الكلام: ضبط، تقييد، تحريك(السراج الوجيز، 2003، ص24).

- إصطلاحاً:

" العملية التي يعتمد أداؤها على مجموعة من العناصر بالنسبة إلى بعضها، إذ أنه طريقة أو أسلوب في الأداء وفق المقاييس وقواعد محددة(السيد سليمان، ص203).

- إجرائيا:

هو علاقة الترابط وقالب الوصل بين عنصري الإعلام الإلكتروني والقيم الإجتماعية لدى طلبة قسم الإعلام والاتصال وأهو مجموع التصورات حول القيم الإجتماعية التي يحملها الطالب الجامعي بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة جيل ويمكن أن يكون الإعلام الإلكتروني قد ساهم في بلورتها.

4-5 مفهوم القيم:

- لغة:

وردت بمعاني متعددة في مشتقاتها اللغوية وهي:

- "تقيض الجلوس وفعلها قوم من القيام، مأخوذ من: قام يقوم قوما قياما وقومه وقامة، والقومة المرة الواحدة ورجل قائم من رجال قوم وقيم وقيام وقوم قيل هو اسم للجمع، ونساء قيم وقائمات" (سعيد، 2008، ص7).

- "القيمة ج قيم وهو الثمن الذي يعادل المتاع، وهي ميزة أوصفة ما هو منطبق على مقاييس مثالية من نوعه" (مجاني الطالب، 2001، ص810).

- اصطلاحا:

"مجموع الأهداف الإجتماعية و النماذج المتضمنة في ثقافة ما تحدد ما هو صحيح أو ما هو خطأ ومنها قيم الحرية والعدالة والتضامن(غيث، جابر، ص194).

"مجموعة من المعايير والأحكام التي تتكون لدى الفرد من خلال تفاعله مع المواقف والخبرات الفردية والإجتماعية بحيث تمكنه من اختيار أهداف وتوجيهات لحياته، يراها جديرة بتوظيف إمكانياته وتتجسد خلال الاهتمامات أو الاتجاهات أو السلوك العملي أو اللفظي بطريقة مباشرة وغير مباشرة" (الزيود، 2006، ص ص23،24).

- التعريف الإجرائي لمفهوم القيم:

مجموعة من المعايير والأحكام التي تتشكل لدى الطالب الجامعي ويكون للإعلام الإلكتروني دخل فيها.

- مفهوم القيم الإجتماعية:

- يعرفها بروم بأنها " الاعتقاد أو الإحساس بأن بعض الأنشطة والمشاعر والعلاقات والأهداف لها أهميتها في توحيد المجتمع و رفاهيته " (أحمد سيد خليل، 2006، ص14).
- يعرفها إبراهيم المبرز: " معاني محترمة يقدرها المجتمع تقديرا متفاوتا سلبا أو إيجابا ويتفق الأفراد عليها ويضع العقوبات الأدبية والمادية على فاعلها، ومثال ذلك قيمة التعاون والمشاركة الإجتماعية والتسامح والعفو الإجتماعي والترابط الأسري " (العريشي، 2015، ص79).
- القيم الإجتماعية: "هي تسقيف للتراكم المعرفي والخبرات عبر الأجيال والحكم على الأشياء والأفعال الإجتماعية إزاء التعامل مع المواقف، فهي الحكم الذي يعيده الإنسان على شيء ما مهتديا بمجموعة من المبادئ والمعايير التي وضعها المجتمع، ويحدد المرغوب وغير المرغوب فيه و هي موجّهات للسلوك" (شربال، 2021، ص521).
- " القيم الإجتماعية قيم تربط معايير علاقة الفرد مع الآخرين في مجتمع معين مثل التعاون والمساعدة والاحترام، تحمل المسؤولية" (كافي، الصالحي، 2016، ص13).
- "مجموعة من المعتقدات والتصورات المعرفية أو الوجدانية والسلوكية الراسخة التي يختارها الفرد بحرية بعد تفكير عميق، ويعتقد بها اعتقادا جازما بحيث تشكل لديه منظومة من المعايير يحكم بها على الأشياء بالحسن أو القبح وبالقبول أو الرد، ويصدر عنها سلوك منظم يتميز بالثبات والتكرار والإعتزاز" (الثقفي، الحموري، عصفور، 2013، ص56).
- وفي تعريف آخر أكثر وضوحا عن القيم الإجتماعية أنها إحدى الركائز التي تبنى عليها المجتمعات والأمم ويستوجب على الفرد التحلي بها.

5-5 الطالب:

- لغة:

- ج طلاب وطلبة وطلب، تلميذ بالمدرسة (جبران، 2003، ص571).
- طالب تلميذ، شاد، باحث، دارس (السراج الوجيز، 2003، ص65).

- إصطلاحا:

"ذلك الذي يلتحق بالمقعد الدراسي بهدف التعلم من خلال تلقي المعارف والمهارات من المعلم. وهو المحور الرئيسي في العملية التعليمية" (مانع، 2013، ص21).

إجرائيا: هو كل طالب يدرس بقسم الإعلام والاتصال بجامعة جيجل.

5-6 الجامعة:

- لغة: اسم فاعل، الغل الذي يجمع اليدين إلى العنق. مجموعة معاهد علمية أو كليات تدرس فيها الآداب والفنون والعلوم (لغة العرب، 1993، ص231).

- جمع جوامع وجامعات. معهد للتعليم والاختصاص يضم عددا من المعاهد والكليات (جبران، 2003، ص303).

- إصطلاحا:

" كل مؤسسة للتعليم العالي تتكون من كلية للفنون الحرة والعلوم وأيضا مدارس مهنية وأخرى للدراسات العليا ولها حرية التصرف في شؤونها ويتمتع أفرادها بحرية التعليم والمناقشة، دون تدخل خارجي ويلتزم أعضاء هيئة التدريس بمستويات علمية وأخلاقية رفيعة ولها سلطة منح الدرجات في مختلف مجالات الدراسات" (عباسي، 2012-2013، ص25).

"هي مؤسسة اجتماعية وتكوينية تهدف إلى تغطية احتياجات بلد ما من الإطارات والتقنيين، تعمل على تأهيل الطلاب للمضمار المهني، ومسايرة التطور العلمي والتكنولوجي بصفة عامة، وهي تنظم كل الأجهزة الإدارية والمالية والمخابر العلمية التي تتطلبها العملية التربوية الجامعية من أجل التكوين العلمي من خلال التدريس والبحث العلمي" (مجيطنة، 2014، ص27).

5-7 الطالب الجامعي:

ذلك الشخص الذي سمح له مستواه العلمي بالانتقال من المرحلة الثانوية بشقيها العام والتقني إلى الجامعة بهدف تطوير قدراته واستعداداته الشخصية من جميع جوانبه جسما وعقلا وفكرا وخلقا. والوصول إلى مستوى يؤهله لأنه يخدم مجتمعه" (مانع، 2013، ص21).

(ب) المفاهيم ذات الصلة:

- 1- الإنترنت: "هو تلك الشبكة الإلكترونية المكونة من مجموعة من الشبكات التي تربط الناس والمعلومات من خلال أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية بحيث تسمح بالاتصال بين شخص وآخر، وتسمح باسترجاع هذه المعلومات" (ساري، 2005، ص 19، 20).
- 2- مواقع التواصل الإجتماعية: "تركيبية اجتماعية إلكترونية تتم صناعتها من أفراد جماعات أو مؤسسات، وتتم تسمية الجزء التكويني الأساسي (مثل الفرد الواحد) باسم العقدة، بحيث يتم إيصال هذه العقدة بأنواع مختلفة من العلاقات كتشجيع فريق معين أو الانتماء لشركة ما أو حمل جنسية لبلد ما في هذا العالم (الدريلي، 2013، ص 26).
- 3- المنتديات الإلكترونية: "مكان افتراضي يستطيع الأفراد من خلاله إرسال آرائهم ورسائلهم وأي محتوى آخر وهي تجمع من الأفراد على الإنترنت يشاركون بكتابة محادثات حول موضوع محدد" (سميشي، 2016، ص 10).
- 4- الصحافة الإلكترونية: "وسيلة من الوسائل متعددة الوسائط تنشر فيها الأخبار والمقالات والفنون الصحفية عبر شبكة المعلومات الدولية الانترنت بشكل دوري، باستخدام تقنيات عرض النصوص والرسوم والصور المتحركة وبعض الميزات التفاعلية، وتصل إلى من خلال شاشة الحاسب سواء كان لها أصل مطبوع أو كانت صحفية إلكترونية خالصة" (علي موسى، 2015، ص 30).
- 5- منظومة القيم: "هي أحكام اجتماعية مترابطة لها صفة الإلزام والالتزام أثناء السلوك أو الفعل الاجتماعي فأبي قيمة لا يمكن النظر إليها في ترابطها مع القيم الأخرى" (شربال، 2021، ص 521، 522).
- 6- العادات: "سلوك اجتماعي جبري ملزم، تتكون انطلاقاً من قيم دينية وعرفية كعادات الزواج، يجسدها الأفراد في مختلف طبقات المجتمع ومستوياته وأنماط الحضري والريفي (مساعدية، 2017، ص 36).
- 7- التقاليد: "هي النظام المنفق عليه من الناس والذي يؤدي إلى الاتساق بين أفعال الناس وبين بعضهم البعض" (أسعد، 2012، ص 112).

6- الدراسات السابقة:

تعد مرحلة تحديد الدراسات السابقة والمشابهة مرحلة مهمة و خطوة مبدئية في أي بحث علمي، يستعين بها البحث في بناء الإطار النظري وضبط المفاهيم وتساؤلات الدراسة وتحديد المنهج والعينة...وكذا فهم الموضوع جيدا، بناء على هذا تم تبني دراسات ذات صلة بإشكالية بحثنا كالتالي:

6-1 الدراسات الوطنية:

-الدراسة الأولى:

أنجزت هذه الدراسة الباحثة "ربيعة بوزيدي" بعنوان "الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية"، دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي موقع الفايسبوك كنموذج، وهي دراسة تحليلية تطبيقية لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2015، كلية الإعلام، تخصص اتصال بيئي، جامعة الجزائر3. تمحورت إشكالياتها حول: ما هو دور الفايسبوك كإحدى تطبيقات الإعلام الإلكتروني فيالتحسيس بالمواطنة البيئية لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

والإجابة على هذه الإشكالية تم الاعتماد على أسئلة فرعية وهي كالتالي:

- ما هي أنماط وطرق استخدام موقع الفايسبوك لدى جمهور المستخدمين من أجل التحسيس بقضايا البيئة؟

- ما هي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع فيسبوك؟

- ما هي تحديد دوافع مواقع الفايسبوك للتحسيس بقضايا البيئة؟

- ما هو الدور الذي يساهم به هذا الموقع في التحسيس بالمواطنة البيئية؟

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف أهمها:

- معرفة مختلف الأطر والمداخل النظرية لفهم الإعلام الإلكتروني والسياقات التاريخية التي ظهرت وتبلور فيها.

- فهم الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الاتصال من النواحي الاجتماعية والسياسية بما يسهل فهم خصائص الإعلام الإلكتروني و تطبيقاته المختلفة خاصة في جانب المتعلق باستخدامات مواقع

التواصل الإجتماعي وموقع الفايبيوك وإمكانية توظيفها بهدف التحسيس البيئي من أجل الوصول إلى المواطنة البيئية.

وقد إعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي بالعينة وتوظيف الاستمارة والملاحظة والمقابلة كأدوات لجمع البيانات وتطبيقها على العينة من مجتمع الدراسة وهم مستخدمي الفايبيوك البالغين من العمر 18 سنة فما فوق.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- يعتمد نسبة كبيرة من مفردات العينة وبدرجة عالية على الفايبيوك لاستقاء مواضيع البيئة.
- يقر غالبية مفردات العينة بأنهم يستمدون المواضيع البيئية من خلال الصفحات التي تنشر في المنتديات والمدونات الإلكترونية.

- أجاب 20,59% " بأنهم يوافقون جدا على أهمية تضافر الجهود الدولية لحماية البيئة، في حين أجاب بنسبة 10,25% " بأنهم يوافقون على أهمية تضافر الجهود الدولية في مجال حماية البيئة، في حين اكتفى ما تمثله نسبة 15% بالإجابة بالحياد، كما أن اثنان من مفردات العينة أجابوا بعدم الموافقة على أهمية تضافر الجهود الدولية لحماية البيئة.

- أجاب 203 مفردة بنسبة 70,58% منهم من يوافقون جدا على إدراج التربية البيئية في كافة مناهج التعليم، في حين اكتفى 60,38% من المبحوثين بالحياد، في حين مفردة واحدة كانت رافضة لإدراج مناهج التعليم.

ما يمكن الإستفادة منه:

تمثلت الدراسة السابقة المعنونة ب" الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية " وتعد من أحد الدراسات المشابهة لدراستنا وقد اعتمدنا عليها في بناء صياغة الإطار النظري الخاص بالإعلام الإلكتروني.

تشابهت مع دراستنا من حيث المنهج، وكذا معالجتها لموضوع الإعلام الإلكتروني، وكانت الإستفادة أيضا من متضمنات هذه الدراسة بخصوص القيم الإجتماعية، ورغم اختلافها من حيث المتغير المستقل ومجتمع الدراسة والعينة وحجمها.

- الدراسة الثانية:

أنجز هذه الدراسة الباحث "السعيد بومعيزة" بعنوان "أثر وسائل الإعلام على القيم السلوكية لدى الشباب الجامعي"، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، 2006، دراسة استطلاعية بمنطقة البلدية.

تمحورت إشكالياتها حول: ما هو أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب الجزائري؟

والإجابة على هذه الإشكالية تم الإعتماد على الأسئلة فرعية وهي كالتالي:

- ما مدى ارتباط الشباب الجزائري بالقيم وتأثيرها بالأفكار الإستحدائية الوافدة عن طريق وسائل الإعلام بصفة رئيسية؟

- فهل حافظوا على قيمهم الأصلية هل تخلو عنها؟

- هل تبنوا بعض الأفكار الإستحدائية والسلوكيات التي أبعدتهم عن القيم أو حققت لهم بعض الغايات النفعية وفقا لبعض أشكال الاستجابة و التفاعل؟

وقد إعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي والمنهج المسحي التحليلي أما فيما يخص أدوات جمع البيانات فتمثلت في أداة المقابلة و إستمارة الإستبيان.

أما بالنسبة للعينة أسند دراسته إلى العينات غير الاحتمالية حيث حاول أن يجعلها ممثلة للجميع قدر الإمكان وذلك بإقتناع بعض الإجراءات في مثل هذا النوع من العينات وهي كما يلي:

على مستوى التمثيل الجغرافي اعتمد على المساحات أو المناطق مع مراعاة الكثافة السكانية، البلدية 160 مفردة، أولاد يعيش 70 مفردة، بوفاريك 70 مفردة، بني مراد 40 مفردة، الصومعة 30 مفردة، موزايا 50 مفردة، الشفة 30 مفردة، اعتمد الباحث على العينة الحصصية فيما يتعلق بالجنس معنى 50% ذكورا و 50% إناث فقد فضل الباحث الاعتماد على طريقة الكرة الثلجية وذلك لصعوبة توزيع الاستبيان بصفة شخصية من حيث الوقت والتكلفة.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- أن دور وسائل الإعلام يبقى مكملًا لدور مؤسسات التنشئة الاجتماعية الأخرى أنه كلما كان دور هذه الأخيرة قويا و قل دور وسائل الإعلام في تعزيز القيم وبصفة خاصة قيم الأبعاد النفسية و الاجتماعية و الدينية.

- إن أغلبية المبحوثين مشبعون بالقيم ذات الإجتماعي التي تعموها بفعل عوامل التنشئة و بالتالي صارت تضبط تفاعلاتهم الاجتماعية تجعلهم موجهين نحو الخارج أكثر مما هم موجهين نحو الداخل يستعمل الشباب محتويات وسائل الإعلام وفق مال يتماشى وقيمهم بصفة خاصة ذات البعد الإجتماعي والديني ويتحاشون كل ما ينافر هذه القيم.

- إن قيم البعد الديني هو أكثر تجليا في شخصية المبحوثين بالتالي فهي تضبط ما يستعملون من وسائل إعلام وما يتعارضون له من محتويات استعمالهم لوسائل الإعلام ساعدهم على الارتباط بالقيم.

- إن نتائج السلوكيات تناقض ما جاء في نتائج القيم التي كانت كلها موجبة فالشباب في معظمهم لا يعتقدون أن وسائل الإعلام تساعدهم على تجاوز السلوكيات السلبية أو القيام بالسلوكيات الايجابية موضوعات الدراسات لأن السلوكيات هي نتائج القيم أساسا.

ما يمكن الاستفادة منه:

تطرقنا هذه الدراسة إلى "أثر وسائل الإعلام على القيم السلوكية لدى الشباب الجامعي" واستفدنا من هذه الدراسة من خلال:

- المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي الوصفي و أدوات جمع البيانات والمتمثلة في الاستمارة والمقابلة.

وتختلف مع دراستنا من خلال:

- مجتمع الدراسة و حجم العينة، ونوع العينة حيث إعتمدت هذه الدراسة العينات غير الإحتمالية بينما في دراستنا اعتمدت على العينة الطبقية التناسبية.

- الدراسة الثالثة:

بعنوان: استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والاجتماعية. "دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفايستوك، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور

الثالث في علوم الإعلام والاتصال، من إعداد سهام بوقلوق، 2017، كلية علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر 3.

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق أهداف أهمها:

- التعرف على طبيعة استخدام المراهقين الجزائريين لموقع التواصل الإجتماعي فيسبوك.
 - الكشف عن مدى ارتباط المراهقين الجزائريين بمنظومة القيم الأخلاقية والإجتماعية التي تشكل البنية التحتية التي يستند عليها المراهقين في تنشئتهم تنشئة سوية ومدى تجاوزهم لبعض السلوكيات السلبية عند استخدامهم لموقع الفايسبوك.
 - وقد إعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي وتم اختيار المراهقين الجزائريين المستخدمين لموقع الفايسبوك مجتمعا للدراسة باستخدام العينة القصدية حيث تتكون من 600 مفردة والتقرب منهم بواسطة إستمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات.
 - توصلت الباحثة إلى نتائج أهمها:
 - النتائج تشير إلى استجابات المبحوثين نحو أثر موقع التواصل الإجتماعي على منظومة القيم الأخلاقية والإجتماعية بالنسبة للإجمالي البعد العام للمتوسطات الحسابية مرتفع ما يعني وجود اثر على القيم الأخلاقية والإجتماعية.
 - لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام المراهقين الجزائريين لموقع الفايسبوك وارتباطهم بقيمهم الأخلاقية والإجتماعية.
 - عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمتغير الجنس والسن في استخدام موقع الفايسبوك وأبعاد منظومة القيم الأخلاقية والإجتماعية.
 - العديد من القيم الأخلاقية والإجتماعية قد إنسحب إرتباطها الوثيق بسلوكيات المبحوثين في العالم الواقعي واقتصارها على مجرد منشورات يتم تبادلها عبر العالم الافتراضي، ما يعني درجة بعد المراهقين عن الارتباط بقيم دون أخرى اصطبغت بطابع افتراضي بمعنى أن التمسك بالقيم غير مفعّل على مستوى الممارسة في الواقع بحيث أخذ منحني افتراضي قد يشكل نوعا من الانسلاخ على المدى البعيد.
- ما يمكن الإستفادة منه:

تطرقت هذه الدراسة إلى: "معرفة أثر استخدام موقع الفاييبوك على القيم الأخلاقية والاجتماعية لدى المراهقين الجزائريين المتمدرسين" وهي دراسة مسحية تتشابه مع دراستنا من حيث المنهج المستخدم وهو المنهج المسحي كذلك أدوات جمع البيانات والمتمثلة في إستمارة الإستبيان.

وتختلف مع دراستنا من حيث مجتمع الدراسة وعدد أفراد العينة وأهداف الدراسة والنتائج المتوصل إليها وتختلف أيضا في الجانب النظري الخاص بالمتغير المستقل.

6-2 الدراسات العربية:

- الدراسة الأولى:

بعنوان "تناول الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة العربية" دراسة وصفية تطبيقية على المعالجة الصحفية لموقع المجلس القومي للمرأة بمصر، رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال، من إعداد ست البنات حسن أحمد محمد، 2019، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

تناولت هذه الدراسة موضوع: تناول الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة العربية، بحيث لعالجت العديد من الأسئلة و من أهمها:

- ما قضايا المرأة الأكثر تناولا في الإعلام الإلكتروني؟
- ما دور الإعلام الإلكتروني في توعية المرأة في المنطقة العربية بحقوقها؟
- ما نوع و شكل ومضمون المواد الإعلامية التي تتناول قضايا المرأة في المنطقة العربية؟
- هل ساعد الإعلام الإلكتروني على إدماج المرأة في المنطقة العربية في خطط ومشروعات التنمية؟
- وسعت هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف أهمها:
- التعرف بمفاهيم الإعلام الإلكتروني ومضامينه و سمات.
- تسليط الضوء على أدوات الإعلام الجديد وخصائصها.
- التعرف بأهم الفئات النسائية التي أتجه عليها الإعلام الإلكتروني.
- دراسة وتناول المادة الإعلامية المتعلقة بقضايا المرأة في موقع المجلس القومي للمرأة بمصر.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وكذلك منهج دراسة الحالة وتم اختيار الموقع الإلكتروني للمجلس القومي للمرأة مجتمعاً للدراسة، وقد تم الاعتماد على استمارة تحليل المضمون، و استمارة بالمقابلة كأداة لجمع البيانات.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- توجيه مزيد من الاهتمام بقضايا المرأة الإجتماعية، خاصة العنف ضد المرأة.
- الاهتمام بتوظيف وسائل الإعلام الإجتماعي في مجال الدفاع عن حقوق المرأة عامة.
- لفت إنتباه المسؤولين إلى الاهتمام بمشاركة وتفاعل جمهور المرأة المتلقي عن المواقع الإلكترونية الحكومية.
- إنشاء مواقع إلكترونية مغلقة للمرأة ومشاركة النساء في مناقشة قضاياهن بحرية فيما بينها مما يتيح طرح القضايا النسوية بصراحة وجرأة أكبر.
- وتطرقت هذه الدراسة إلى "تناول الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة العربية وهي دراسة وصفية تطبيقية على المعالجة الصحفية لموقع المجلس القومي للمرأة بمصر" واستفدنا من هذه الدراسة من خلال:
 - المنهج المستخدم وهو المنهج الوصفي.
 - وتتفق معها في تناولها الإعلام الإلكتروني.
- وتختلف معها في:
 - تختلف في أدوات جمع البيانات.
 - تختلف في نتائج الدراسة.
 - كما تختلف في مجتمع الدراسة وحجم العينة.
- الدراسة الثانية:

بعنوان "البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية"، أطروحة مكملة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإدارة التربوية بكلية الدراسات العليا في جامعة النجاح الوطنية في نابلس فلسطين، من إعداد جهاد نعيم عبد الرحمان قمحية، 2003، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح العليا.

تتاولت هذه الدراسة موضوع: "البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية" بحيث طرحت العديد من الأسئلة منها:

ما واقع البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية في فلسطين تعزى لمتغير الجنس؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير الكلية؟

- هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير المستوى الأكاديمي؟

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق أهداف من بينها:

- التعرف على واقع البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية.

- التعرف على دور كل من الجنس، الجامعة، الكلية المستوى الأكاديمي، مكان الإقامة، مستوى الدخل الأسري، السفر إلى خارج البلاد والإقامة فيها على البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية.

وقد اعتمدت هذه الدراسة على عينة عشوائية من الطلبة بلغ حجمها (700) وقامت الباحثة باستخدام مقياس روكيتش المعرف للقيم، حيث تكون هذا المقياس من (8) قيم غائية و (20) قيمة وسيلية. كما استخدمت المنهج الوصفي.

توصلت الدراسة إلى نتائج منها:

- أن طلبة الجامعات الفلسطينية أعطوا أهمية أكثر للقيم الغائية التالية: التدين والعمل لليوم الأخ، الأمن الأسري، احترام الذات. وأعطوا للقيم الغائية المتمثلة في: الاعتراف الإجتماعي، عالم يسوده الجمال، المتعة والسرور أهمية أقل.

لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0,05) في واقع البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية تعزى لمتغير الجنس والكلية ومكان السكن والمستوى الأكاديمي والسفر إلى خارج البلاد والإقامة فيها.

ما يمكن الاستفادة منه:

تطرقت هذه الدراسة إلى البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية و تتشابه مع دراستنا من حيث: أدوات جمع البيانات والمتمثلة في الاستمارة.

- استفدنا منها في بناء الإطار النظري الخاص بالقيم.

رغم اختلافها في: المنهج المستخدم والمتمثل في المنهج الوصفي ومجتمع الدراسة وحجم العينة، ونوع العينة حيث اعتمدت هذه الدراسة على العينة العشوائية البسيطة بينما دراستنا اعتمدت العينة الطبقية التناسبية.

- الدراسة الثالثة:

بعنوان " القيم في برامج الأطفال التلفزيونية". دراسة تحليلية لبرامج قناة (أم بي سي 3)، رسالة مقدمة للاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، من إعداد تسنيم أحمد مخيمر، 2015، كلية الإعلام جامعة الشرق الأوسط.

تناولت هذه الدراسة موضوع القيم في برامج الأطفال التلفزيونية، حيث بنيت هذه الدراسة على إشكالية وتناولت بدورها سؤالين رئيسيين وكل سؤال يتفرع إلى أسئلة فرعية، ويتمثل السؤال الرئيسي الأول في: ما الأساليب الفنية التي استخدمت لعرض القيم ومضامين برامج الأطفال التلفزيونية في قناة (أم بي سي 3)؟

- ما الشخصيات التي استخدمت لعرض القيم ومضامين برامج الأطفال في قناة (أم بي سي 3)؟

وتمحور السؤال الرئيسي الثاني حول: ما القيم التي تتضمنها برامج الأطفال التلفزيونية في قناة (أم بي سي 3)؟

وتتمثل أسئلته الفرعية في: - ما القيم الدينية المتضمنة في برامج الأطفال في قناة (أم بي سي 3)؟

- ما القيم الإجتماعية المتضمنة في برامج الأطفال في قناة (أم بي سي 3)؟

- ما القيم الوطنية المتضمنة في برامج الأطفال في قناة (أم بي سي 3)؟

جاعت هذه الدراسة بمجموعة من الأهداف أهمها:

- التعرف على الأساليب الفنية التي تتضمنها برامج الأطفال التلفزيونية في قناة (أم بي سي 3) وكذا التعرف على القيم التي تتضمنها تلك البرامج محددة في كل من القيم الدينية والاجتماعية والوطنية.

وقد إعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وتحليل المضمون كأحد تطبيقاته، حيث كانت أداة الدراسة هي استمارة تحليل المحتوى التي استخدمها لجمع بيانات عينة الدراسة والتي بلغت 32 برنامجا. وتم تصميم استمارة تحليل المحتوى واعتماد النسبة المئوية كمقياس لتكرارات فئات الموضوع.

توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها: أن أكثر القيم المتضمنة في برامج الأطفال التلفزيونية على قناة (أم بي سي 3) هي القيم الدالة على السلوكيات السلبية، حيث احتل العنف بمختلف أشكاله المرتبة الأولى في جميع القيم الفرعية المتضمنة في برامج الأطفال على قناة (أم بي سي 3)، إضافة إلى أن القيم الوطنية هي أقل المتضمنة في تلك البرامج، وأن اللغة العربية الفصحى احتلت المرتبة الأولى في استخداماتها في تلك البرامج.

ما يمكن الاستفادة منه:

تطرقنا هذه الدراسة إلى: القيم في برامج الأطفال التلفزيونية وهي دراسة تحليلية على برامج قناة (أم بي سي 3) تتشابه مع دراستنا من حيث:

- المنهج المستخدم المتمثل في المنهج الوصفي وكذلك من خلال الجانب النظري المتعلق بالقيم.

وتختلف مع دراستنا من خلال: طبيعة الدراسة لأنها دراسة تحليلية، أسلوب جمع البيانات المتمثل في استمارة تحليل المحتوى، نوع العينة المتمثلة في البرامج التلفزيونية بينما عينة دراستنا متمثلة في الأفراد (الطلبة)، وكذلك حجم العينة.

7- المقاربة النظرية للدراسة:

تعتبر المقاربة النظرية للدراسة من أهم المراحل التي يمر بها البحث العلمي، ومن أجل تأميل دراستنا المتمثل في دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل الاجتماعية، فقط إعتدنا على عدة نظريات مفسرة وتعد الأنسب في ذلك وهي:

1-7 مفهوم النظرية: وهي مجموعة المصطلحات والتعريفات والافتراضات لها علاقة ببعضها البعض والتي تقترح رؤية منظمة للظواهر وذلك بهدف عرضها والتنبؤ بمظاهرها (أنجلس، 2004، ص53).

"وهي التعبير عن العلاقات التي يمكن أن تربط بين عناصر ظاهرة معينة أو بين مجموعة من الظواهر، ويشترط أن تكون هذه العلاقات قد سبق التحقق من صحتها على الأقل جزئياً (حجيلة، 2005، ص68).

"وهي محاولة تحديد الخصائص العامة التي تفسر الانتظام في الواقع الملاحظة، وبشكل بناء النظرية مكونا جوهريا من مكونات كافة الأعمال السميولوجية وبينما تميل النظريات إلى الارتباط بتوجهات نظرية أرحب، فإنها تتأثر كذلك بشدة بنتائج البحوث التي تعمل على توليدها (عبد الجواد، 2009، ص47).

7-2 نظرية الاستخدامات والإشباع:

7-2-1 مفهوم الاستخدام والإشباع:

الاستخدام في اللغة:

استخدم استخداما إتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه، طلب منه خادما (مسعود، 2003، ص69).

الإشباع لغة: مأخوذة من أشبع أي أطعمه حتى شبع.

اصطلاحا:

"انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية" (المشاقبة، 2014، ص84).

- وهناك من يقول بأنها تعني ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية، لمتطلبات وحاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة (آيت عبد الله، 2011، 2012، ص96).

7-2-2 نشأة نظرية الاستخدامات والإشباع:

نجد أن بدايات البحوث الأولى لهذه النظرية قد صاغت تصنيفات استخدام الراديو والصحف حيث افترضت عالمة الاتصال هيرتازوج وجود خمس احتمالات للجمهور من برامج المسابقات وهي التنافسية التربوية، التقدير الذاتي، رياضة، وإشباع مستمعي المسلسلات في الراديو وهي التحرير العاطفي،

التفكير المبني على الرغبة، النصح ومن الجدير بالذكر أن هذه النظرية انطلقت بصورة خاصة على ضوء الأبحاث التي قام بها كل من هيرتا وهيرتزج عام 1944 والتي هدفت للكشف عن إشباعات الجمهور والرأي وتوصلت إلى ضرورة إشباع الحاجات العاطفية (المشاقبة، 2014، ص85).

ويعد إيليا هوكارتز أول من وضع اللبنة الأولى في بناء مدخل الاستخدامات و الإشباعات، عندما كتب مقالا عن هذا المدخل عام 1959 ويمثل المدخل تحولا للرؤية في مجال الدراسات الإعلامية، حيث تحول الانتباه من الرسالة الإعلامية إلى الجمهور الذي يستقبل هذه الرسالة وبذلك انتقى مفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية التي كانت تتادي به النظريات المبكرة، مثل نظرية الرصاصة السحرية والتي تقوم كما أسلفنا على فكرة أن سلوك الأفراد يتحدد وفقا لآلية البيولوجية الموروثة لأن الطبيعة الأساسية للكائن الحي متشابهة تقريبا بين كائن وآخر خاصة الاعتقاد بأن متابعة أفراد الجمهور لوسائل الإعلام يتم وفقا للتعود وليس لأسباب منطقية، ولكل مدخل الاستخدامات والإشباعات له رؤية مختلفة تكمن في إدراك أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام (عدلي العبد، عاطف العبد، 2011، ص297).

وقد إعتبر أشهر علماء الاتصال والإعلام من أمثال " لازارسفيلد و ويلبرم شرام " أنها شكلت نقلة نوعية في دراسات تأثير وسائل الإعلام وبالمقابل اعتبروا أنها غير مصممة لدراسة إشباع وسائل الإعلام للفرد بقدر ما هي إستهداف للعلاقة ما بين متغيرات اجتماعية واستخدام وسائل الإعلام والاتصال(المشاقبة، 2014، ص85).

7-2-3 فروض نظرية الاستخدامات والإشباعات:

قامت نظرية الاستخدامات على افتراض أن الجمهور نشط عكس نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام على الجماهير كنظرية الطلقة السحرية، وبالتالي أضافت هذه النظرية صفة ايجابية على الجمهور فلم يعد المتلقي سلبي وأصبح بالنظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل والمضامين التي تلبي حاجاته النفسية والاجتماعية وتتمثل أهم فروضها في:

- جمهور متلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو إستخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

- يرى أنها تشبع حاجاته.

- تنافس وسائل الإعلام مصادر أخرى للإشباع الحاجات.

- الجمهور وحده هو القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدام وسائل الإعلام.
- الجمهور نفسه هو الذي يحدد الأحكام حول قيمة العلاقة بين الحاجات والاستخدام.
- الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام لحل مشاكلهم فيما يتعلق بالبحث عن المعلومات والاتصال الاجتماعي والتعلم الاجتماعي والتطور (السيد عبد النبي، 2019، ص42).

7-2-4 أهداف نظرية الاستخدامات والإشباعات:

- تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وتتمثل في:
- محاولة التعرف على استخدام الأفراد لوسائل الاتصال، على اعتبار أن الجمهور نشيط ويستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي حاجاته وتوقعاته.
- الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض والإشباعات.
- تحديد دوافع تعرض الأفراد لوسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.
- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.
- معرفة دور العوامل الوسيطة وتأثيرها في الاستخدامات والإشباعات (الحاج، 2020، ص93).

7-2-5 عناصر نظرية الاستخدامات والإشباعات:

- ترتكز هذه النظرية على مجموعة من العناصر التي يمكن من خلالها شرح أبعاد النظرية وهي:
- الجمهور نشط.
- الأصول الاجتماعية والنفسية للإشباعات.
- دوافع الجمهور وحاجاته.
- التعرض لوسائل الاتصال.
- الإشباعات الناتجة عن التعرض.
- دوافع الجمهور للتعرض.
- توقعات الجمهور من وسائل الاتصال (إسماعيل، ص83).

- أن هذه النظرية تبني مفاهيم تتسم بشئ من المرونة مثل الدافع، الإشباع، الهدف، الوظيفة وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.

7-2-6 الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

- أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين نفسية واجتماعية وتختلف أهميتها من فرد لآخر لتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام واختيار المحتوى.

- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة من ذلك فهناك أيضا استخدامات غير هادفة.

تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباع على وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي يستخدم الرسائل الاتصالية في حين أن الرسائل الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر (إسماعيل، 2003، ص 257).

7-2-7 الاتجاهات الحديثة في بحوث الاستخدامات والإشباع:

وتتمثل في ما يلي:

- الفرد لوسيلة معينة ومضمون معين سيؤدي إلى إشباع معين ترتبط بدورها بدوافع الفرد للتعرض اتجاه يهتم بالربط بين دوافع الاستخدام وأنواع الإشباع وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة، فتعرض للوسيلة الإعلامية.

- اتجاه يهتم بفحص العلاقة المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الرسائل واتجاهاتها.

- اتجاه يهتم بدراسة تأثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الأفراد لوسائل الإعلام مثل المتغيرات الشخصية والسياق الذي يتم فيه التعرض والنشاط الاجتماعي وتعرضهم لها (أمين، 2007، ص 86، 87).

7-2-8 إسقاط نظرية الاستخدامات والإشباع على الدراسة:

جاءت نظرية الاستخدامات والإشباع لتتفي ما جاءت به نظريات التأثير القوي لوسائل الإعلام السابقة التي اعتبرت أن الجمهور متلقي سلبي نظرا لقوة تأثير وسائل الإعلام على الجمهور، فانتقلت هذه النظرية من ماذا تفعل وسائل الإعلام بالجمهور؟ إلى ماذا يفعل الجمهور بوسائل الإعلام؟ وبالتالي

أعدت الإعتبار للجمهور وفعل التلقي الذي أصبح ينتقي ما يرغب في التعرض له من وسائل ومضامين له إشباعات ورغبات تلبى حاجاته النفسية والاجتماعية.

وبما أننا نبحث عن دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الاجتماعية نظرا لأنها تقدم فرضية مفادها أن " جمهور المتلقين هو جمهور نشط، واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

فالإعلام الإلكتروني يعتمد عليه الفرد لتحقيق رغباته وحاجاته فهو يختار ما يناسبه ويعود عليه بالنتج وكذا تشكل قيمه الاجتماعية وتحدث تغيرات في البنية الاجتماعية داخل المجتمعات عامة والطالب الجامعي بصفة خاصة وهو ما نسعى إلى تأكيده من خلال هذه الدراسة.

7-2 نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

7-2-1 مفهومها:

هي الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام وأن العلاقة التي تحكمها هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور، إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها (علي، 2014، ص240).

7-2-2 نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

اهتم بعض الباحثين في العشرينات بدراسة تأثير وسائل الإعلام على المستوى المعرفي، وأكد بعضهم أن اختلاف المستوى المعرفي للأفراد يرجع أساسا إلى التفاعل بين متغيرات مرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام بالإضافة إلى سمات الجمهور وخصائصه المختلفة، كما أوضح الكثير من الخبراء في الغرب العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها في المجتمع على أساس من الاعتماد المتبادل، ومن ثم كانت البدايات الأولى لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على يد الباحثة ساندرابول روكيتش وزملاءها عام 1884، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات " وطالبوا فيها قوة وسائل الإعلام كنظام معلوماتي (الدليمي، 2016، ص131).

- ومن هذا وضع كل من ساندرابول روكيتش وميلفين ديلفر إطار لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام حيث تتبع نظرية الاعتماد من العديد من الجذور الفكرية المتشابهة لنظرية الاستخدامات

والإشباع فكلهما يركز على العلاقة بين الأهداف الفردية والنظام الإعلامي، وهما نظريتان تتبعان مداخل وظيفية اجتماعية (الحاج، 2020، ص145).

ومن الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: تفسير لما يكون لوسائل الاتصال الجماهيرية أحيانا تأثيرات قوية ومباشرة وأحيانا أخرى تكون لها تأثيرات غير مباشرة وضعيفة نوعا ما (ديفلر، روكيتش، 2002، ص413).

7-2-3 الركائز التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

يقوم المنظور الخاص باعتماد الأفراد على وسائل الإعلام على دعامين رئيسيتين قدمهما ميلفيل، روكيتش في طبعتهم الخامسة 1987 (عبد الحميد، 2004، ص 298).

وهي كالتالي:

- **الأهداف:** هناك أهداف للأفراد، والجماعات و المنظمات يسعون لتحقيقها من خلال المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة التي يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات والعكس بالعكس.

- **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى مصادر مختلفة لتحقيق أهدافهم، و تقوم وسائل الإعلام بثلاث أدوار حيال المعلومات أولها جمع البيانات ثم تنسيقها وتنقيحها وأخرها نشر وتوزيع المعلومات ويستخدم ديفلير وروكيتش مفهوم المعلومات لإشارة إلى الرسائل الإعلامية (خلايفية، 2022، ص24).

وفي هذه الحالة تؤكد ديفلير وروكيتش على أنه لا يجب تحديد مفهوم المعلومات في الإطار المحدود للأخبار وتجاهل مجال التسلية والترفيه باعتباره أيضا مجالا من مجالات المعلومات التي تحقق أهدافا عديدة في مرحلة النمو بالنسبة للطفل على سبيل المثال أو دعم العادات والتقاليد الاجتماعية في مجالات الدراما وغيرها ولذلك فإن مفهوم المعلومات يتسع ليشمل كل الرسائل التي تنبثها وتذيعها وسائل الإعلام ويكون لها تأثير على الطريقة التي يفكر بها الناس ويشعرون ويتصرفون بواسطتها (عبد الحميد، 2004، ص299).

7-2-4 فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

تقوم هذه النظرية على عدة افتراضات من بينها:

- يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة وكما لعبت الوسيلة دورا هاما في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورا أكثر

أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدا ازداد اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام.

- الفروض الفرعية: يقوم هذا النموذج على عدة افتراضات فرعية نوجزها فيما يلي:

- تؤثر درجة استقرار المجتمع على درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، فكلما زاد استقرار المجتمع قل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام والعكس بالعكس (الحاج، 2020، ص146).

7-2-5 الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

رغم تميز نظريه الاعتماد على وسائل الإعلام عن غيرها من نظريات التأثير الإعلامي بحكم الإيجابيات العديد التي انفردت بها النظرية، إلا أنها لم تخل من بعض السلبيات حيث وجهت لها بعض الانتقادات منها:

إفتقار النظرية للدليل الموضوع المؤيد والسبب يعود إلى صعوبة إجراء دراسات على نطاق واسع تضم جميع المتغيرات الخاصة بالنظرية.

لم تتعرض النظرية إلى دور قنوات الاتصال الشخصي مثل الاتصال داخل الجماعة والاتصال داخل المنظمات، بالرغم من تزايد أهمية ودور شبكات الاتصال الشخصي في تزويد الناس بالمعلومات. معظم الباحثين عرفوا الاعتماد إجرائيا بالتعرض، رغم أنه ليس كل من يتعرض لوسيلة يعتمد عليها (خير الله، ص185).

7-2-6 صعوبات الدراسة:

وفي هذا البحث المرسوم ب: " دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الإجتماعية" واجهتنا العديد من الصعوبات والمتمثلة:

- أن هذا البحث يجمع بين تخصصات متداخلة وهي علم الاجتماع والإعلام.
- حداثة مفهوم الإعلام الإلكتروني الذي لم يتم حصر مجالاته ولم يتم التحكم في حدوده بعد.
- تنوع الأطروحات الفكرية في مجال القيم الإجتماعية مما صعب عملية الفرز.
- لم يتم العثور على الدراسات السابقة باللغة الأجنبية.

خلاصة الفصل:

بالنظر إلى الفصل الأول كفصل أساسي في البحث يتبين أنه الموجه الرئيسي لسير البحث من حيث أنه تضمن إشكالية الدراسة باعتبار المتغير التابع الذي يضم تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي، والإشارة إلى كل التراث النظري الذي يشكل خلفية التقصي واستشراق مخرجاته وما ينتفع به الطالب الجامعي كمحتمل للنتائج وكفاعل في المجتمع، وكذا المدخلات المعتمدة في هذا البحث والمتمثلة في كل تمظهرات الإعلام الإلكتروني وزخمه وتدفقاته المتسارعة ذات الحمولة المعرفية، والتي تؤدي دورا فاعلا في إعداد الطالب من جوانب عدة.

هذا الدور الذي يحظى باهتمام كبير لأنه يبرز ارتباط المتغيرين، إضافة إلى ما تضمنته من تبريرات اختيار الموضوع وأهدافه العلمية والعملية، وأهمية البحث التي تصنفه وتحدد جدارة البحث فيه، وصولا إلى جهازه المفاهيمي الذي يعد عاملا مهما يعطي البحث هويته، ويكرس تخصصه وأبعاده، والدراسات السابقة والمثابرة لهذا الموضوع وكذا المقاربة النظرية للدراسة، إلى جانب التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية التي تفرز فرضيات يمكن التحقق منها طيلة فصول الدراسة، وخاصة في الجانب الامبريقي منها.

قائمة هوامش الفصل الأول:

1. ختاتنة، محسن سامي. (2015/2010). ط1. علم النفس الإعلامي: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
2. سيد خليل، أحمد. (2006). التربية وقضايا المجتمع: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
3. العريشي، بن حسن جبريل، بنت عبد الرحمن محمد الدويسري، سلمى. (2015). ط1. الشبكات الإجتماعية والقيم:الدار المنهجية للنشر والتوزيع.
4. بن عبد الوهاب الفقيه كافي، محمد، علي حيضر الصالحي، حاتم. (2016). تأثير استخدام مواقع التواصل الإجتماعي على القيم الإجتماعية والأسرية للشباب العربي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
5. جبر سعيد، سعاد. (2008). ط1. القيم العالمية وأثرها على السلوك الإنساني. عمان: جدار الكتاب العالمي للنشر والتوزيع.
6. الزيود، ماجد. (2006). ط1. الشباب والقيم في عالم متغير: دار الشروق للنشر والتوزيع.
7. الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011). ط1. المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
8. الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2012). ط2. مدخل إلى وسائل الإعلام الجديدة. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
9. الدليمي، عبد الرزاق محمد، (2016). ط1. نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان: دار اليازوري.
10. أبو عيشة، فيصل. (2010). ط1. الإعلام الإلكتروني. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
11. قنديلجي، عامر إبراهيم. (2015). ط1. الإعلام الإلكتروني. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
12. شفيق، حسين. (2010). ط1. الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية. مصر: دار فكر وقف للنشر والتوزيع.

13. سالم سالم، سماح، عبد الحميد جادو، جمال. (2015). ط1. الإرشاد الإجتماعي: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
14. إبراهيم، إبراهيم. (2004). تعليم الكبار في عصر المعرفة مجلة التربية للجميع -الهيئة العامة لمحو الأمية وتعليم الكبار - .
15. علي، علي عبد الفتاح. (2014). الطبعة العربية. نظريات الاتصال و الإعلام الحديثة، عمان: دار الأيام للنشر و التوزيع.
16. الحاج، كمال. (2020). نظريات الإعلام و الاتصال، الجامعة الافتراضية السورية.
17. الحاج، كمال. (2020). نظريات الإعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية.
18. ديفلر، ميليفين، روكيتش، سانديبول. (2002). ط1. نظريات وسائل الاتصال، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
19. عبد الحميد، محمد. (2004). ط1. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب.
20. عبد الحميد، محمد. (2004). ط1. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، القاهرة: عالم الكتب.
21. خلايفية، عمار. (2022). تطبيقات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد. مجلة بحوث ودراسات في الميديا الجديدة. المجلد3، العدد3.جامعة محمد بوضياف مسيلة، جزائر.
22. رشدي خير الله، هشام. محاضرات في نظريات الإعلام. كلية التربية النوعية.جامعة المونوفية.
23. أنجلس، موريس. (2004). ط2. منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. الجزائر: دار
24. القصبة للنشر.
25. حجيلة، رحالي. (2015). الوجيز في المنهجية للعلوم الإجتماعية و الإنسانية: ديوان المطبوعات الجامعية.
26. خلف عبد الجواد، مصطفى. (2009). ط1. نظرية علم الاجتماع المعاصر. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
27. المشاقبة، بسام عبد الرحمان. (2014). نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر وتوزيع.
28. المشاقبة، بسام عبد الرحمان. (2016). نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
29. المشاقبة، بسام عبد الرحمان. (2016). نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.

30. عدلي العبد، عاطف، عاطف العبد، نهى. (2011). نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية: دار الفكر العربي.
31. السيد عبد النبي، مصطفى علي. (2019) الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباع. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة العدد 23.
32. حسن إسماعيل، محمود. (2003) ط1. مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
33. حسن إسماعيل، محمود. نظريات الإعلام: المكتب المصري للمطبوعات.
34. عبد الواحد أمين، رضا. (2007). الإعلام الإلكتروني. منتدى سور الازيكية، جامعة الأزهر.
35. الثقفى، عبد الله، الحموري، خالد، عصفور، قيس. (2013). القيم الإجتماعية وعلاقتها بالتفكير التأملى لدى الطالبات. المجلة العربية للتطير والتفوق.
36. جمال الفار، محمد. (1994). معجم مصطلحات الإعلام. ط2. بيروت: دار الكتاب اللبناني.
37. مجاني الطالب. (2001). دار المجاني شهل. ط5.
38. العبد الله، مي. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام و الاتصال والمشروع العربي لتوحيد المصطلحات. بيروت: دار النهضة العربية.
39. غيث، عاطف، جابر، إبراهيم. (2014). قاموس علم الاجتماع الحديث: دار المعرفة الجامعية.
40. مسعود، جبران. (2013). معجم الرائد. ط1. بيروت.
41. عبد المسيح، جورج متري. (1993). لغة العرب. ج1. ط1. بيروت: دارالعلم للملايين.
42. رزقي غالي، وجدي. (2003). السراج الوجيز - معجم للمرادفات والعبارات الاصطلاحية والأضداد العربية. ط1. بيروت: مكتبة لبنان ناشرون.
43. رزقي غالي، وجدي. (2003). السراج الوجيز - معجم للمرادفات والعبارات الاصطلاحية والأضداد العربية. ط1. بيروت: مكتبة لبنان ناشرون.
44. قيقانو، أنطون. (2004، 2005). المتقن: معجم تعدي الأفعال في اللغة العربية. ط2. بيروت: دار الراتب الجامعية.
45. المنجد في اللغة والإعلام. (2003). طبعة جديدة منقحة. بيروت. دار المشرق.
46. المنجد في اللغة والإعلام. (2005). ط1. بيروت: دار المشرق.

47. شربال، مصطفى. (2021). مفهوم القيم في الفلسفة والعلوم. المجلة الجزائرية لأبحاث والدراسات. المجلد 4، العدد 4.
48. مجبونة، سومية. (2014). التكوين قصير المدى وعلاقته بتنمية مهارات الأستاذ الجامعي. رسالة ماجستير في علم الاجتماع التربوية. جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل.
49. عباسي، سلوى. (2012، 2013). دور المحددات الإجتماعية للطلاب الجامعي في اختيار التخصص الدراسي. رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة تبسة، الجزائر.
50. مانع، إسمهان. (2013). التمثيلات الشخصية النموذجية لدى طلاب الجامعة -دراسة ميدانية لعينة من طلبة السنة الرابعة تخصص علم اجتماع. رسالة ماجستير في علم الاجتماع التربوي. جامعة جيجل.
51. مانع، إسمهان. (2013). التمثيلات الشخصية النموذجية لدى طلاب الجامعة -دراسة ميدانية لعينة من طلبة السنة الرابعة تخصص علم اجتماع. رسالة ماجستير في علم الاجتماع التربوي. جامعة جيجل.
52. مصطفى، إبراهيم، وآخرون. ج1. المكتبة الإسلامية للطباعة للنشر و التوزيع.
53. ابن منظور. (2005). لسان العرب. بيروت: دار الكتب العلمية.
54. السيد سليمان، صباح. المعمار المملوكي بين هندسة اللفظ وهندسة الشكل. جامعة عين شمس. مكتبة الانجلو المصرية.
55. سميشي، وداد. (2016). ط1. المنتديات الإلكترونية بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
56. علي موسى، شيرين. (2015). ط1. المواقع الإلكترونية الإخبارية دراسة في المفاهيم والمصادقية. القاهرة: العالم العربي.
57. خضر ساري، حلمي. (2005). ط1. ثقافة الإنترنت دراسة في التواصل الإجتماعي. عمان: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
58. فايزة، إسعد. (2012). العادات الإجتماعية والتقاليد في الوسط الحضري بين التقليد والحداثة. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة وهران.
59. محمد الدريملي، سمر. (2013). أثر مواقع التواصل الإجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة في فلسطين. رسالة ماجستير في برامج دراسات الشرق الأوسط. جامعة الأزهر، غزة.

60. مساعديّة، لزهر. (2017). مفهوم الثقافة وبعض مكوناتها (العادات. التقاليد. الأعراف). مجلة
الذاكرة تصدر عن مخبر التراث اللغوي والأدبي في الجنوب الشرقي الجزائري. جامعة ميلة، الجزائر.
العدد 9.

الفصل الثاني: الإعلام الإلكتروني

الفصل الثاني: الإعلام الإلكتروني.

تمهيد:

1. مفهوم الإعلام الإلكتروني
2. تاريخ وتطور الإعلام الإلكتروني
3. خصائص الإعلام الإلكتروني
4. أهمية الإعلام الإلكتروني
5. مكونات الإعلام الإلكتروني
6. أشكال الإعلام الإلكتروني
7. الإشكالات التي تواجه الإعلام الإلكتروني
8. إيجابيات وسلبيات الإعلام الإلكتروني

خلاصة:

هوامش الفصل

تمهيد:

الإعلام هو تبادل المعلومات بين المرسل والمستقبل عبر وسائل مختلفة، وما يتبع ذلك من رجوع الصدى، ومن بين أنواعه يوجد الإعلام الجديد بكل أشكاله خاصة الإعلام الإلكتروني كوعاء يتضمن عديد تجليات الإعلام المستحدث، فهو كل أنواع الإعلام المقدمة بشكل رقمي تفاعلي على شبكة الويب خاصة، ويعتمد على دمج الصوت والصورة والنص باستخدام الحاسوب كوسيلة لإنتاج والعرض، وهو حاليا الأكثر شيوعا على امتداد دول العالم نتيجة انتشار الوسائط التكنولوجية من حواسيب وهواتف نقالة وتليفزيونات ذكية، أي أنه إعلام شبكي يعتمد على تقنية الانترنت في إطار الشبكة العنكبوتية بروابطها المتشعبة حسب مجالات الاهتمام.

فهو إعلام مستحدث تأسس كنظام إعلامي فردي وجماهيري بامتياز تصعب مراقبته، مع اتساع القاعدة الإجتماعية التي تستخدمها، على امتداد الحدود الجغرافية والسياسية وتتساوى فيها النخب مع الأفراد والعامّة، وجميعهم مستهلكين للرسالة الإعلامية ومشاركين فيها وفاعلين عبر مختلف الوسائط الإلكترونية، وهو بذلك إعلام اجتماعي تشاركي كمساهمة أو كمحتوى.

وعلى العموم هو إعلام يقفز على كل الحواجز الموضوعية أمام الحدث أو الخبر أو إبداء الرأي ويتجاوز كل منظومة قانونية تسعى للاحتكار وممارسة الرقابة والمتابعة، وتقف حاجزا أمام الحرية في التفاعل مع الأحداث والآخريين.

1- مفهوم الإعلام الإلكتروني:

"إن الإعلام الإلكتروني يشير إلى جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية والنقالة فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في السياق" (أحمد، 2019، ص79).

هو "نوع جديد من الإعلام ينشط في الفضاء الافتراضي ويستخدم الوسائط الإلكترونية كأدوات له، تديرها دول ومؤسسات وأفراد بقدرات وإمكانيات متباينة يتميز بسرعة الانتشار وقلة التكلفة وشدة التأثير" (شاوي، 2020، ص58).

2- تاريخ وتطور الإعلام الإلكتروني:

مند سنوات قليلة لم يكن هناك وجود لمواقع التواصل الإجتماعي فيسبوك، تويتر، ويوتيوب، وكانت شبكة" ابل "تمر بمشاكل مالية صعبة، وكان "التدوين" هو الوسيلة المفضلة لدى السياسيين يستخدمونها بكثرة.

أما الآن فتغير وجه الشبكة العنكبوتية تماما من خلال شبكات التواصل الإجتماعي التي حققت ثورة هائلة في وسائل الاتصال وأصبح المرء حائرا بين الفيسبوك، وتويتر، يوتيوب، أنستغرام، وجوجل.

في دراسة أجرتها جامعة دبي بالإمارات العربية المتحدة ونشرت في العام 2011 أظهرت أن مواقع التواصل الإجتماعي وخصوصا فيسبوك وتويتر، قد لعبت دورا كبيرا في ثورات الربيع العربي، حيث كان النشاط يدعون إلى المظاهرات والاحتجاجات من خلال تلك المواقع، كما ينشرون الأحداث التي تجري الأرض عبرها بعد أن منعت أنظمة تلك الدول وسائل الإعلام التقليدية من تغطية تلك الأحداث(صلاح، 2013، ص149).

والملاحظ أن كل طرق الإعلام المستحدثة يخضع الكثير من جمهور الطرق القديمة ويغير أنماط استخدامه وفقا لإمكانيات الوسيلة الجديدة. وهذا ما فرض ظهور الانترنت ومن بعده الإعلام الإلكتروني وسيفرض واقعا مختلفا تماما، إلا أنه لا يعد تطورا فقط لوسائل الإعلام وإنما هو وسيلة احتوت كل ما سبقته من وسائل، فأصبح هناك الصحافة الإلكترونية المكتوبة، وكذلك الإعلام الإلكتروني المرئي والمسموع بل إن الدمج بين كل هذه الأنماط و التداخل بينها أفرز قوالب إعلامية متنوعة ومتعددة بما لا

يمكن حصره والتنبؤ بإمكانياته. والإعلام الإلكتروني هو إعلام المستقبل ومن ثم وجب الاهتمام به وأدائه بالشكل الأمثل والدليل على ذلك اتجاه كثير من الصحف الغربية والأمريكية تحديدا إلى التحول من الشكل التقليدي إلى الإعلام الإلكتروني وخاصة في ظل الأزمة المالية التي عصفت في العالم عامي 2008، 2009 والتي ولدت أزمات مالية لكثير من جوانب الاقتصاد بما فيها المؤسسات الصحفية التي تعمل على أنها مؤسسة ربحية تصرف من مداخنها (الساري، 2011، ص ص 385-387).

ومن جانب آخر فقد أتاحت شبكة الانترنت للإعلاميين فرصا كبيرة لتقديم موادهم الإعلامية المختلفة، وبطريقة إلكترونية بحثة ومن دون اللجوء إلى الوسائل التقليدية، كمحطات البث الإذاعي والتلفزيوني التقليدية وغيرها وبطرق حديثة تجمع بين النص والصورة والصوت، ومن هذا المنطلق فإنه يتم رفع الحاجز بين المتلقي والمرسل الذي أصبح بإمكانه أن يناقش المضامين الإعلامية التي يستقبلها إما مع إدارة الموقع، أو مع متلقيين آخرين (قديلي، 2015، ص 69).

3- خصائص الإعلام الإلكتروني:

للإعلام الإلكتروني خصائص تميزه عن غيره. نذكر منها:

3-1 التنوع: من المشكلات التي تواجه المحرر في الصحافة التقليدية الورقية هي المساحة المخصصة للموضوع، لذا كان عليه أن يتحدد بمقدار ما يكتب والمساحة وحاجة الجمهور، إلا أن خاصية التنوع في الانترنت تغلبت على مشكلة المساحة حيث سمح الانترنت بإنشاء صحف متعددة الأبعاد ذات حجم غير محدد يمكن أن خلالها إرضاء مستويات متعددة من الاهتمام (حسن، 2016، ص 102).

3-2 اتساع التمدد الجغرافي: لا حدود جغرافية تقف بوجه الإعلام الإلكتروني عبر شبكة الانترنت إذ تمكن الموقع الإلكتروني من الوصول إلى مختلف أنحاء العالم على عكس الإعلام التقليدي التي تكون مقيدة بحدود جغرافية، لدى تسعى غالبية الوسائل الإعلامية إلى شق طريقها واستحداث نسخة إلكترونية لها في الانترنت (حسن، 2016، ص 104).

يعني محاولتها إيصال الرسالة الإعلامية إلى مدى بعيد وتجاوز القيود التقليدية التي تعيق الصحافة المطبوعة.

3-3 المرونة: تبرز هذه الخاصية بشكل جيد بالنسبة لمستخدم الانترنت إذ يمكن إن كان لديه الحد الأدنى من المعرفة بالانترنت أن يتجاوز عددا من المشكلات الإجرائية التي تعترضه، ويلعب الحاسوب هنا دورا مزدوجا فهو من جهة الوعاء المادي الذي يؤمن الاتصال بالانترنت والتعامل معه، إضافة إلى وظيفة معالجة المعلومات وتخزينها، أما على المستوى الإعلامي فتبرز خاصية المرونة من خلال قدرة المستخدم على الوصول بسهولة إلى عدد كبير من مصادر المعلومات والمواقع (الزغبي، 2020، ص29).

3-4 التفاعلية: أي القدرة على تبادل الأدوار بين مرسل الرسالة ومستقبلها إذ يتحول من يتعامل مع وسائل الإعلام والاتصال الحديثة من مجرد متلقي سلبي إلى مشارك متفاعل يرسل ويستقبل المعلومات في الوقت ذاته (شربال، 2021، ص136).

3-5 قابلية التحويل: حيث أتاح الإعلام الإلكتروني إمكانية تحويل الإشارات المسموعة إلى رسائل مطبوعة أو مصورة (الرفاعي، 2011، ص721).

3-6 الاقتصادية: تتجلى اقتصادية الإعلام الإلكتروني على أكثر من مستوى فهي تحقيق الاقتصادية في الجهد والوقت، إضافة إلى التكلفة المالية (منصر، 2016، ص36).

4- أهمية الإعلام الإلكتروني: وتتمثل في:

- الانتشار الواسع بين الناس دون استثناء وخصوصا فئة الشباب التي تعتبر الفئة الأهم بالمجتمع.
- وجود الإعلام الحر وتعدد وجهات النظر مما يجعل المتابع لإعلام الإلكتروني يبحث عن وجهات نظر مختلفة ويختار أقربها إلى ذهنه ويقوم باعتمادها مباشرة بعد أن يطلع على مصادر الأخبار المختلفة في التوجهات والرؤى.
- إمكانية الاستفادة من مواهب الجميع والتعبير عن الآراء بحرية وكذلك إمكانية طرح وجهة نظرك للآخرين دون قيود أو مشاكل.
- الإعلام الإلكتروني يخدم المعارضين وهيئات المجتمع المدني والهيئات الخاصة حيث أنه يوفر لهم ملاذا آمنا للحديث بحرية دون قيود (أبو عيشة، 2010، ص ص 136، 137).

- عمل الإعلام الإلكتروني على معالجة الكثير من القضايا الإجتماعية والثقافية والسياسية والدولية والاقتصادية والمعرفية على حد سواء، حيث عالج الكثير من قضايا المرأة والطفل وقضايا الأسرة والمجتمع. (https://e3arabi.com17032023.22.59)

5- مكونات الإعلام الإلكتروني:

1- شبكة الانترنت: الانترنت فتح جديد في عالم الإعلام والاتصال، ونقلة نوعية للبشرية تستحق اسم الثورة التكنولوجية بامتياز وجداره ليس كوسيلة تكنولوجية بوسائطها المتعددة فقط، وأن الانترنت له تعارف متعددة ومختلفة. إذ تختلف في نقاط عديدة حسب التخصص والحقول المعرفية المختلفة وحسب نظرة المستفيد منه "إذ يعرف الانترنت بأنه مجموعة من الشبكات المحلية والعالمية تديرها شركات خاصة معظمها يؤمن المكالمات الهاتفية البعيدة مثل SprintAT&T شأن هذه الخطوط الهاتفية ربط الشبكات الخاصة والحكومية وكذلك الحواسيب المنزلية بعضها البعض" (الدليمي، 2011، ص 118).

"أن الانترنت هو تلك الشبكة الإلكترونية المكونة من مجموعة من الشبكات التي تربط الناس والمعلومات من خلال أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية بحيث تسمح بالاتصال بين شخص وآخر، وتسمح باسترجاع هذه المعلومات (ساري، 2015، ص ص 19، 20).

وفي تعريف آخر: الانترنت هو حواسيب من مختلف أنحاء العالم مرتبطة فيما بينها شبكة تتيح لملايين المستخدمين الاتصال فيما بينهم والوصول لمصادر المعلومات على تعددها واختلاف مستوياتها. (خليفة، 1999 ص 299).

أي أن الانترنت هو فتح فضاء الاتصال بمختلف الوسائط و تبادل المعلومات بشكل متزامن دون الإعتبار للموقع الجغرافي.

2- سمات الانترنت: تختلف شبكة الانترنت عن غيرها من الوسائل بالسمات الآتية:

1-2 تعدد الوسائط: وهو تعدد عناصر المادة الإعلامية الموجودة على شبكة الانترنت من صوت وصورة ومعنى وصور ثابتة ولقطات فيديو في منتج واحد.

2-2 التزامنية واللاتزامنية: تجمع شبكة الانترنت بين صفتي التزامنية واللاتزامنية طبقاً لما يريده المستخدم وطريقة تعامله معها والتزامنية أياً كان شكلها في وقت آخر.

2-3 التفاعلية: وتتجلى هذه السمة في كثير من الأنماط الاتصالية عبر الانترنت كالتخاطب الفوري، وخدمات البريد الإلكتروني وتنقسم التفاعلية في الانترنت إلى ثلاثة أشكال: التفاعلية الوظيفية، التفاعلية الإرشادية، التفاعلية التكيفية (الساري، 2011، ص 381، 382).

- استعمال النص الفائق كلفة برمجية مساعدة ومتعددة الاستعمال.

- سهولة الاستعمال والإيضاح.

- اختيار الخدمة واختيار المكان والزمان (شربال، 2022، ص 145).

4- أهمية شبكة الإنترنت: تبرز أهمية شبكة الإنترنت من خلال الخدمات التي تقدمها لمستخدميها وحاجتهم الماسة لها في جميع مجالات حياتهم وتبرز هذه الأهمية في مايلي:

- أنها تحتوي خزان كبيراً وهاماً من المعلومات يصل إلى عشرات المليارات من صفحات الإنترنت.

- سهولة الوصول إلى المعلومات مجانية أو شبه مجانية.

- سهولة تصنيف وحفظ هذه البيانات والمعلومات (حمداوي، بن داود، ص 474)

- تساهم الإنترنت بشكل كبير في تطوير وتسهيل الأعمال على مختلف الأصعدة المهنية والشخصية.

- تعطي الإنترنت فائدة باستهلاكها للشخص حيث أنها تسليه في كل الحالات التي يشعر فيها

بالممل. (<https://www.edarabia.com.20/03/2023.13:31>)

5- عوامل انتشار شبكة الإنترنت:

- تعدد استخدامات وتطبيقات الشبكة وتنوعها.

- توفر تقنية اتصالات سريعة.

توفر تقنيات وبرمجيات حاسب متقدمة (<https://mohammed.khalef.blogspot.com.20/03/2023.14:04>)

- انخفاض تكلفة استخدام الشبكة وسهولة الارتباط بها.

- تعدد اللغات المستخدمة في الشبكة.

- تعدد استخداماتها في جميع المجالات (<https://alslimi.blogspot.com.20/03:2023.14:07>).

6- أشكال الإعلام الإلكتروني:

لقد تعددت أشكال الإعلام الإلكتروني وتتنوعت ومن أهمها:

- الصحافة الإلكترونية: خدمات النشر الصحفي عبر مواقع الشبكة أو مايسمى بحزم النشر الصحفي.
- الإذاعات الإلكترونية والتلفزيون الإلكتروني وخدمات البث الحي للإذاعات وخدمات وبث القنوات التلفزيونية على المواقع الخاصة على شبكة الانترنت من خلال حزم البث الإذاعي والتلفزيوني التي تحملها الشبكة إلى المتلقي وبشكل مباشر وإلى مختلف المواقع.
- خدمات البث عبر الهاتف الجوال والتي تشمل البث الحي على الهاتف الجوال، خدمات الأخبار العاجلة الرسائل الإعلامية القصيرة عبر خدمات SMS و MMS (مقيل، ربيعي، 2022، ص ص 755، 756).
- الإعلانات الإلكترونية: خدمات النشر الإعلاني على الانترنت.
- خدمات إعلانية ترفيهية.
- المدونات Vlogs.
- قنوات التواصل الاجتماعي Facbook، تويتر .
- بث خدمات الأخبار العاجلة(الغامدي،2012،ص9).

7- الإشكالات التي تواجه الإعلام الإلكتروني:

- تتمثل الإشكالات التي تواجه الإعلام الإلكتروني في:
- صعوبة الوثوق والتحقق من صحة وصدق العديد من البيانات والمعلومات التي تحتويها بعض المواقع الإلكترونية في ظل الحاجة إلى التعزيز المتواصل للقدرات.
- ضعف الضوابط الضرورية لضمان عدم المساس بالقيم الدينية والاجتماعية والثقافية للمجتمعات.
- ضعف ضوابط السيطرة على نشر العنف والتطرف.

- عدم التوازن بين حجم ونوع الرسائل الإعلامية الموجهة وبين استعداد المتلقي لها فيما يتعلق بالرأي والرأي الآخر.

- تفتيت دائرة التلقي والتركيز على مخاطبة الأفراد والجماعات الصغيرة وفق الميول والاحتياجات الفردية.

- انتهاك حقوق النشر والملكية الفكرية (قنديجي، 2015، ص ص 80، 81).

8- إيجابيات وسلبيات الإعلام الإلكتروني:

8-1 الإيجابيات:

- يسمح للناس بالتعبير عن آرائهم بكل حرية.

- يساعد في تكوين الرأي العام من خلال توفير المعلومات والأخبار.

(<https://ashourmord.net/14/03/2023.20:47>)

- يزود المستخدمين بالكثير من الخدمات كالبريد الإلكتروني ونقل الملفات والأخبار والوصول إلى الملايين من قواعد البيانات.

- يحقق أهداف التنمية المستدامة حيث يتجه العالم بشكل متسارع نحو المجتمع الرقمي (حسن أحمد محمد، 2019، ص 81).

- يتيح الفرصة والمساحة أمام الجمهور للتفاعل مع المواد المنشورة عبر وسائله المختلفة والتعليق عليها بشكل فوري (بوزيدي، 2014، ص 45).

- وسيلة جديدة من وسائل الإعلام الحديثة وهي الدمج بين كل وسائل الإعلام التقليدي، بهدف للإيصال المضامين المطلوبة بأشكال متميزة ومؤثرة بطريقة أكبر (الغامدي، 2012، ص 7).

8-2 السلبيات:

- الإعلام الإلكتروني غير قادر على التأكيد بشكل دقيق من المعلومات وصحتها على حد سواء

(<https://el3arabi.com/14/02/2023.21:26>)

- عدم وجود إعلامي إلكتروني مزود بالمهارات والمعارف اللازمة لممارسة مهام عمل الإعلام الإلكتروني بشكل محترف (عامر، 2018، ص185).

- صعوبة الحصول على التمويل المالي لأن أغلبها تعتمد على الإعلانات لتحقيق الربح، هذا بجانب غياب التخطيط للإعلام الإلكتروني نوعاً ما وعدم وضوح الرؤية المستقبلية له وعدم توفر الإمكانيات التقنية في بعض الدول ([https:// strategifile.com](https://strategifile.com)، 14/03/2023، 38: 21).

- انعدام القوانين والضوابط الخاصة بعمل الإعلام الإلكتروني وعدم خضوعه للرقابة وذلك أدى إلى الإساءة في استخدام تقنية الإعلام الإلكتروني واستغلالها لعرض مواد مشبوهة ومخالفة للعادات والتقاليد الإجتماعية (عامر، 2018، ص186).

- الجرائم ضد المستخدمين: يمكن أن يؤدي إلى تعرض الأشخاص للمضايقات بكافة أشكالها ويكون هذا شائعاً بين المراهقين (الطغاني، 2020، ص24).

خلاصة:

باعتبار مضمون فصل الإعلام الإلكتروني كمدخلات لدراسة تشكل تشكيل القيم الإجتماعية فإن كل تجلياته كما الهاتف النقال الذكي، والمنتديات، والمدونات، والصحف الإلكترونية... والمتحكم فيها هو العنصر البشري الذي هو المنطلق والفاعل الأول في عمليات الإعلام والاتصال وتدفق المعلومات وتراكمها وأرشفتها المرتبطة بالشبكة العنكبوتية العالمية، التي لها دورا هاما ومتجددا في جعل الطالب الجامعي يقبل دوما على الإطلاع على المعلومات والمعارف والنشر الإلكتروني وارتداد الفضاء الافتراضي، وممارسة التفاعل مع الآخرين تبادلًا للأفكار والقيم الإنسانية، ومساهمته في التدوين وتقديم الطروحات المختلفة في المنتديات.

لذلك فمحتوى هذا الفصل هو المنطلق في المعالجة السوسولوجية لتفرعات المتغير التابع، ويبقى أنه الفصل الذي له حمولة تستهدف تشكيل القيم الإجتماعية.

قائمة الهوامش الفصل الثاني:

- 1- الشاوي، ليليا. (2020). ماهيات ضبط الإعلام الإلكتروني بين المسؤولية والرقابة وحرية التعبير - مقارنة بين التجربة الفرنسية والجزائرية. مخبر حقوق الإنسان في الأنظمة الدولية المقارنة، كلية علوم الإعلام والاتصال. الجزائر 3، المجلد 4، العدد 2.
- 2- حسن أحمد محمد، ست البنات. (2019). تناول الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة العربية. رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال اختصاص الصحافة والنشر، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا.
- 3- حسن أحمد محمد، ست البنات. (2019). تناول الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة العربية. رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في علوم الاتصال اختصاص الصحافة والنشر، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا. كلية الدراسات العليا.
- 4- أحمد ساري، فؤاد. (2020). ط1. وسائل الإعلام النشأة والتطور. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 5- أحمد ساري، فؤاد. (2011). ط1. وسائل الإعلام النشأة والتطور. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 6- عصام ملاح، مروى. (2013). ط1. الإعلام الإلكتروني الأسس وآفاق المستقبل. عمان: دار الإحصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 7- ناجي حسن، عباس. (2016). ط1. الوسائط المتعددة في الإعلام الإلكتروني، دراسة مقارنة -راديو سوا اداعة العراق الر تليفزيون الشرقية. وكالة نينا أنموذجا.
- 8- قنديلجي، عامر إبراهيم. (2015). ط1. الإعلام الإلكتروني عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 9- قنديلجي، عامر إبراهيم. (2015). ط1. الإعلام الإلكتروني. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 10- شريال، مصطفى. (2021). دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم والوعي الإجتماعي للطالب الجامعي. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2.

- 11- شريال مصطفى، (2021). دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم والوعي الإجتماعي للطالب الجامعي. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2.
- 12- الرفيعي، محمد خليل. (2011). دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية دراسة تحليلية. مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الأول والثاني.
- 13- بن كعبة محمد، مسعودي، أحمد. (2018). سوسيولوجيا القيم قراءة في علاقة القيم بالفعل الإجتماعي. جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان الجزائر، مجلة الرواق، المجلد4، العدد1.
- 14- منصر، خالد. (2016). تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب. العين: دار الكتاب الجامعي.
- 15- خضر ساري، حلمي. (2015). ط1. ثقافة الانترنت دراسة في التواصل الإجتماعي. دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- 16- سعد خليفة، عبد الكريم. (1999). ط1. أثر استخدام الانترنت على تنمية مهارات الاتصال العلمي الإلكتروني لدى معلمي العلوم والرياضيات. مصر: مجلة التربية للنشر والتوزيع. 17- محمد الدليمي، عبد الرزاق. (2011). ط1. الصحافة الإلكترونية والتكنولوجيا الرقمية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 18- بوزيدي، ربيعة. (2014). الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية. رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- 19- حسين عامر، فتحي. (2018). الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل. العربي للنشر والتوزيع.
- 20- حسين عامر، فتحي. (2018). الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل. العربي للنشر والتوزيع.
- 21- الطعاني، سليمان. (2020). ط1. الوجيز في التربية الإعلامية. عمان: دار الخليج للنشر والتوزيع.
- 22- عبد الله الغامدي، قينان. (2012). التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة (الإعلام والأمن الإلكتروني)، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية.

23- حمداوي، عمر، بن داود، العربي.(د.س). دور الإنترنت في خدمة البحث العلمي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد خاص.

20 :47.، 14/03/2023،23- [https:// ashourland.net](https://ashourland.net)

[17.03.2023](https://e3arabi.com) 21 :26.،24- <https://e3arabi.com>

13 :31.،20.03.2023،25- <https://e3arabi.com>

26- <https://mohammed.khalef.blogspot.com>. 20.03.2023. 14 :04.

14 :07.،27- [https:// alslimi.blogspot.com](https://alslimi.blogspot.com). 20.03.2023

الفصل الثالث: القيم الإجتماعية

تمهيد

1. مفهوم القيم الإجتماعية
2. خصائص القيم الإجتماعية
3. أهمية القيم الإجتماعية
4. وظائف القيم الإجتماعية
5. تصنيف القيم الإجتماعية
6. مصادر القيم الإجتماعية
7. مستويات اكتساب القيم الإجتماعية
8. مكونات القيم الإجتماعية
9. مظاهر القيم الإجتماعية

خلاصة الفصل

هوامش الفصل

تمهيد:

يعتبر موضوع القيم الإجتماعية من المواضيع الهامة، حيث أفلح هذا الموضوع في استقطاب اهتمام الباحثين والعلماء على اختلاف انتماءاتهم العلمية والإيديولوجية، كما أصبحت الحاجة ملحة وبصورة جديّة للكشف عن طبيعة القيم وملامحها ودورها كمتغير له أهمية في كل مناحي الحياة وهذا ما استدعى ضرورة تسليط الضوء على هذا المتغير وتحليله في كل المجالات.

والحقيقة التي لا يجب إغفالها هو أن الباحث العلمي عندما يحاول استعراض مدلول القيم سوف يجد نفسه أمام معانٍ متعددة ومتباينة سواء كان ذلك على المستوى العلمي أو فيما يتداوله الناس في أحاديثهم وهنا جاءت الحاجة الماسة للتطرق لبعض ما يمكن الإحاطة به في هذا الموضوع.

ومنه فهذا الفصل من الدراسة يتطرق إلى مفهوم القيم وخصائصها وأهميتها في الحياة الإجتماعية وكذا وظائفها، ومصادرها على اعتبار تعدد منابعها وتصنيفها تباعاً لوجهات النظر المختلفة ومستويات اكتسابها ومكوناتها والبعض من مظاهرها في الحياة الإجتماعية.

1- مفهوم القيم الإجتماعية:

تشير إلى "مجموع المعتقدات التي يعتقد الأفراد بقيمتها ويلتزمون بها وبمضامينها" (الأزهر، 2008/2006، ص144).

"مجموعة من المعايير للسلوك الإجتماعي والإنساني لها تقدير واطزان معين، وبناء على هذا التقدير يتم الحكم بأن هذا السلوك مناسب وواجب وذلك السلوك غير واجب" (الثقفي، 2013، ص62).

2- خصائص القيم الإجتماعية:

نظرا لتعدد القيم الإجتماعية واختلاف تعريفاتها ومدلولاتها أورد العلماء خصائص متعددة لها، وهي نتاج التفاعل الإجتماعي بين الأفراد. ومن بين هذه الخصائص نذكر:

1-2 القيم ذاتية وشخصية: ترتبط القيم بشخصية الفرد ارتباطا وثيقا وتظهر لديه على صور مختلفة من التفضيلات والاهتمامات والحاجات والاتجاهات والأحكام، مما يجعلها قضية ذاتية شخصية يختلف الناس حول مدى أهميتها وتمثلها باختلاف دواتهم وشخصياتهم (زيرق، 2011، ص106).

2-2 القيم مجردة وغير محسوسة: فالعدل في حد ذاته لا نلمسه، ولا نشاهده ولكن لكل قيمة مؤشرات عليها ولهذا يمكن للإنسان العادي أن يصنف موقفا معينا بأنه ينطوي على عدل وآخر على ظلم (جبر سعيد، 2015، ص36).

2-3 ترتب ترتيبا هرميا: أي أن القيم الإجتماعية ترتب ترتيبا تدرجيا من الأهمية وبحسب التفضيل لكل فرد، فهناك قيم لها درجة كبرى من الأهمية تأتي في قمة الهرم مثلا الصلاة وطلب العلم قيمتان يدين بهما الفرد، لكن قد يجد نفسه بين تقديم أحدهما على الآخر بسبب ظروف (قمجة، 2003، ص24).

2-4 القيم نسبية: يعني أنها تختلف باختلاف المكان والزمان والإنسان، فتقديرها وبيان أهميتها من إنسان لآخر وكذلك من زمان ومكان لآخر، وذلك لتصورات الأفراد للقيمة وارتباطاتها الزمنية والمكانية (زيرق، 2011، ص106).

2-5 القيم الإجتماعية قابلة للتغير الإجتماعي: قد يكون التغير سريعا جدا كما يحدث في المجتمعات المتقدمة فتكون هناك رغبة في تغيير قيمة اجتماعية، وقد يكون التغير بطيء جدا، فميل الأفراد إلى الالتزام بقيم الجماعة والتفكير بقواعدها السلوكية بحكم شدة كثافة الرقابة الإجتماعية على سلوكه وحتى في مثل هذه المجتمعات يتطور لكن ببطء شديد (محمد عثمان، 2012، ص50).

2-6 القيم الإجتماعية مكتسبة وليست فطرية: لأن المجتمع يعمل على تلقينها وغرسها بين الأفراد، خاصة تلك التي تتعلق بهوية المجتمع وثقافته (عائدي، 2011، ص183).

- ارتباطها بالسلوك البشري في كل مظاهره وأبعاده حينما يترجم إلى أنشطة وأفعال في داخل النظم الإجتماعية المكونة للمجتمع البشري(غواظني، 2020،ص85).

2-7 صلاحية القيم: من المهم معرفة مقياس صلاحية القيم وذلك لأنها تختلف واختلافها في حد ذاته عرضة للأحكام الأخلاقية لذلك فصلاحية القيم ترتبط بما تحققه من غايات سواء بيولوجية أو اجتماعية، وبما أنها تختلف باختلاف المجتمعات فإن الحكم على السلوك يكون من خلال وظيفته وهدفه وما يحققه لا من شكله. إذن فالقيم تفهم من خلال ثقافتها لا من خلال ثقافة أخرى(مسعودي بن مغبة، 2018،ص186).

3- أهمية القيم الإجتماعية:

تهتم هذه القيم بالفرد وعلاقته مع الآخرين، حيث يسعى أصحاب هذه القيم لمساعدة الآخرين والتضحية من أجلهم ويمكن إجمال أهمية القيم في:

- تعطي الفرد إمكانية أداء ما هو مطلوب منه، وتمنحه الفرصة على التكيف والتوافق الإيجابيين وتحقيق الرضا عن نفسه لتجاوبه مع الجماعات في مبادئها وعقائدها الصحيحة.

- تشير القيم إلى الكيفية التي سيتعامل بها الإنسان في المواقف المستقبلية وتساعد الإنسان على التفكير وتحدد الأساليب والوسائل.

- تربط أجزاء ثقافة المجتمع مع بعضها كي تبدو متناسقة.

- تقي المجتمع من الأنانية المفرطة والنزاعات والشهوات الطائشة(مطالقة، 2010، ص212).

- القيم تحافظ على تماسك المجتمع وتحدد أهدافها ومثلها العليا، وتساعد في مواجهة التغيرات التي تحدث فيها بتحديد الاختيارات الصحيحة، وذلك يسهل على الفرد حياته ويحفظ للمجتمع استقراره.

- تربط أجزاء ثقافة المجتمع ببعضها كي تحصل التجانس بين النظم الإجتماعية المختلفة (أم الخير، 2015، ص39).

4- وظائف القيم الإجتماعية:

إن القيم تعطي معنى للحياة سواء في حياة الفرد أو الجماعات، فالإنسان يسعى وراء شيء ما ويبدل في ذلك من الجهد ما يتناسب مع قيمه، لذلك فهي مهمة للفرد أو الجماعة لأنها تحقق لهم:

- القيم تدفعنا إلى تفضيل أو تبني إيديولوجية سياسية أو دينية دون أخرى.

- تحافظ القيم على هوية المجتمع وتعم على تماسكه ووحدته عبر التاريخ.

- القيم توجهنا إلى إتباع الآخرين والتأثير عليهم لتبني مواقف ومعتقدات أو اتجاهات نعتقد أنها جديرة بالاهتمام والدفاع عنها.

- القيم تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه من خلال تحديد الاختيارات الصحيحة التي تجعل هذا المجتمع مستقرا ومتماسكا في إطار موحد(بوعطيط، 2011، ص79).
- القيم تضمن للجماعة روحها وتماسكها داخل أهدافها التي وضعتها لنفسها وهي تساعد المجتمع بأفراده وجماعاته المختلفة على التمسك بمبادئ ثابتة ومستقرة.
- إن أي تنظيم اجتماعي في حاجة ماسة إلى نسق القيم الذي يضمن له أهدافه ومثله العليا التي تقوم عليها حياته ونشاطه وعلاقاته. فإذا تضاربت هذه القيم أو لم تتضح فإنه سرعان ما يحدث الصراع القيمي الإجتماعي(صويكو، 2008، ص39).
- المحافظة على التكيف مع الأوضاع المستجدة للفرد.
- تساعد على حل الصراعات واتخاذ القرارات لان القيم الإجتماعية مجموعة من المبادئ التي يتعلمها الفرد تساعده على الاختيار بين البدائل المختلفة(أحمد الذيب، 2019، ص542).

5- تصنيف القيم:

من الصعب تصنيف القيم تصنيفا شاملا ودقيقا لصعوبة دراسة القيم وكثرتها وتنوعها وتشعبها فهناك عدة تصنيفات نذكر منها:

5-1 تصنيف القيم حسب محتواها:

5-1-1 القيم النظرية: يعبر عنها اهتمام الفرد وميله إلى اكتشاف الحقيقة فيتخذ اتجاهات معرفيا من حيث العالم المحيط به ويسمى وراء القوانين التي تحكم هذه الأشياء قصد معرفتها(عايد، 2016، ص132). حيث تسود هذه القيمة عند الفلاسفة والعلماء والذين لديهم نظرة موضوعية، نقدية، معرفية.

5-1-2 القيم الاقتصادية:

تتمثل في ميل الفرد واهتمامه إلى ما هو نافع، ويتخذ من العالم المحيط به وسيلة للحصول على الثروة عن طريق الإنتاج واستثمار الأموال واستهلاك البضائع.

5-1-3 القيم الجمالية:

هي تلك القيم التي تتمثل فيما هو جميل من ناحية الشكل، وكذلك ينظر الفرد إلى العالم المحيط به نظرة تقدير من ناحية التكوين والتنسيق والتوافق الشكلي(بن منصور، 2009، ص26).

5-1-4 القيم السياسية:

وهي ميل الفرد واهتمامه بالعمل السياسي، ومتابعة الأحداث السياسية (المنصور، 2017، ص120).

5-1-5 القيم الدينية:

هي القيم التي ترتبط بالمعتقدات، وهي إيمان الأفراد بعقيدة معينة والنزول عند تعاليمها وحدودها والامتثال لأوامرها ونواهيها ومن ثم تنزيه الذات والسمو بها نحو عالم

المثل (همشري، 2013، ص313). وتتجلى هذه القيم في البحث المتواصل عن علاقة الإنسان بالأخلاق من عبادة وتفكير وإتباع وأمره واجتناب نواهيه للأجل سلوك خير يسعى لبلوغ العالم الآخر دون أي ذنوب.

5-1-6 القيم الإجتماعية: هي تلك الاهتمامات لدى الفرد للأجل اكتساب محبة الآخرين من خلال خدمتهم والتضحية لأجل الصالح العام (همشري، 2015، ص313).

حيث تتجلى هذه القيم في تفاعل الفرد مع أفراد مجتمعه، وتبدو أكثر وضوحا لدى المقبلين على الحياة والذين يتقبلون الآخرين والمصلحين الإجتماعيين بدافع التعاون والمؤانسة.

5-2 تصنيف القيم حسب ديمومتها: تقسم القيم حسب ديمومتها إلى:

5-2-1 القيم العابرة: وهي التي تزول بسرعة وتمتاز بعدم قدسيته في المجتمع وترتبط بالرغبة.

5-2-2 القيم الدائمة: هي القيم التي تدوم زمنا طويلا وتمتد جذورها إلى أعماق التاريخ (بوقلوق، 2017، ص158).

5-3 تصنيف القيم حسب شيوعها وانتشارها: وهي نوعان:

5-3-1 القيم العامة: تتمثل في القيم ذات الانتشار الواسع بين الناس والأكثر تقبلا، فكلما اتسعت دائرة هذه القيم كلما كان المجتمع أكثر تماسكا وتوازنا واستقرارا، مثل الاستقامة والصدق.

5-3-2 القيم الخاصة: وهي قيم ترتبط بالمواقف الإجتماعية على اختلافها سلبا أو إيجابا، أو تلك المرتبطة بطبقة ما أو إقليم معين أو عرقيات أو جهات، أمثلة عن هذه القيم: قيم الزواج، الأعراف المتوارثة (شربال، 2021، ص208).

5-3-3 القيم حسب شدتها: حيث يمكن تمييز ثلاث مستويات لهذا التصنيف وتتمثل في:

5-3-4 القيم الملزمة: التي يجب الالتزام بها ويكون جزاء من يخالفها شديدا، وهي غالبا ما تتعلق بالمصلحة العامة ومنها المتعلقة بالمعتقدات الدينية.

5-3-5 القيم التفضيلية: وهي القيم التي يفضل أن تكون، ولا يكون جزاء من يخالفها شديدا أو صارما ومن أمثلتها إكرام الضيف والإحسان إلى الجار.

5-3-6 القيم المثالية: وهي القيم التي يرجى أن تكون والتي يتطلع الناس إلى تمثيلها في سلوكهم ولكن يشعرون بصعوبة تحقيقها بشكل دائم وبصورة كاملة منها الزهد في الدنيا (بن عثمان، 2016، ص313).

5-3-7 القيم حسب مقاصدها: وهينوعان:

- **قيم وسائلية:** وهي القيم التي ينظر إليها الفرد والجماعة على أنها الفرد والجماعة على أنها وسائل لغايات أبعد.

- قيم غائية: وهي الأهداف التي تضعها الجماعات والأفراد لأنفسهم. مثلا الغرض من إجراء العملية للمريض والمحافظة على صحته(همشري، 2013، ص312).

5-4 القيم حسب وضوحها: تنقسم إلى:

5-4-1 قيم ظاهرة: أو صريحة التي يصرح بها الفرد ويعلل عنها بالكلام. مثل العدالة والشفافية.

5-4-2 قيم ضمنية: تستخلص ويستدل على وجودها من ملاحظة الميول والاتجاهات والسلوك الإجتماعي مع العلم أن القيم الضمنية لا تكون بالضرورة سلبية بل قد تكون ايجابية أيضا(بن عثمان، 2013، ص36).

6- مصادر القيم الإجتماعية:

توجد العديد من المصادر التي ينتقي منها الفرد قيمه الإجتماعية نذكر منها:

6-1 الأسرة: هي البيئة الأولى التي تحتضن الفرد، كما أن الخصائص التي تتميز بها تجعلها أكثر المؤسسات الإجتماعية تأثيرا في عملية التنشئة الإجتماعية(بكوش، 2014، ص79).

6-2 الثقافة: تعتبر القيم إحدى المكونات الأساسية للثقافة التي عرفت بأنها: ذلك الكل المركب يشمل على المعرفة والحقائق والفن والأخلاق وغيرها من العادات التي يكتسبها الإنسان بصفته عضو في المجتمع (حران، 2007، ص75).

يبرز لنا هذا التعريف: أن الثقافة تحمل كل ما هو مادي وروحي، وتشمل المعرفة بكل مجالاتها إذن فالثقافة إحدى مصادر القيم الإجتماعية.

6-3 الدين: يعتبر الدين من أهم مصادر القيم الإجتماعية ويتجسد ذلك نسق اجتماعي مبني على السلوكيات المرغوبة والمحمودة من جهة والأفعال المذمومة من جهة أخرى، وهذا في سياق ثابت ومتوازن بين المثالية والواقع بذلك يكون مصدر للقيم الإجتماعية المتعلقة بالأسلوب الإجتماعي كالتعاون والتسامح والتواضع وغيرها من القيم التي تجعل المجتمع متوازنا (عايد، 2016، ص129).

حيث يرى الباحثين أن للدين دور في تدعيم القيم الإجتماعية الايجابية فهو يدعو لأمانة والصدق والعمل وحب الناس والمساواة وغيرها من القيم(بيومي، 2006، ص151).

6-4 الظروف الاقتصادية والإجتماعية: فالظروف التي صاحبت المراحل الحضارية التي يمر بها المجتمع عبر مسيرته الطويلة، فالرواسب المادية التي ورثها المجتمع من العصور السابقة وبين الأوضاع الاقتصادية والإجتماعية الجديدة التي عاصرها في ظل النهضة، أدت إلى ظهور قيم جديدة تحمل المسؤولية وحب العمل اليدوي والصبر والثقة في النفس(حران، 2007، ص26).

6-5 وسائل الإعلام: تقوم وسائل الإعلام بدور بارز ومهم في اكتساب القيم الإجتماعية وخاصة مع تزايد التطور التكنولوجي بها سواء في التلفاز أو الصحف أو الانترنت وهذا من خلال قيامها بالتنشئة الإجتماعية للفرد الذي يكتسب من خلالها قيم اجتماعية جديدة أو يدعم أو يغير قيم قديمة بالإضافة إلى أنها تنقل ثقافة المجتمعات الأخرى (الحلحلة، 2011، ص26).

7-مستويات اكتساب القيم الإجتماعية: يمر اكتساب القيم عبر مستويات وتتمثل في:

7-1 مستوى الاستقبال: يتم فيه جذب الانتباه من خلال عرض أهمية القيمة ومردودها المادي والمعنوي لضمان الاستجابة(همشري، 2013، ص318).

وهو بداية وعي الفرد بالمتغيرات المحيطة به، ورغبته في استقبالها.

7-2 مستوى الاستجابة: حيث يكون إدراك طريقة ممارسة القيم وتمثلها في الحياة اليومية والإجتماعية. وهو تجاوز المثيرات لها إلى الاندماج في الموضوع الملاحظ أو الظاهرة أو النشاط(همشري، 2013، ص318).

7-3 مستوى التقييم: وهو مستوى تفضيل القيمة الذي يبرز في عديد الاستجابات القيمية، واختيارها كبديل عن المتاح من القيم والافتناع بها، ويكون بعد تيقن الفرد من مردود القيمة ماديا ومعنويا وذلك من خلال الالتزام الذي يظهر في الاستمرار العاطفي واعتناق القيمة وممارسته(أبو العينين، 1988، ص84). أي أن الفرد سيكون في مستوى تقييم الأشياء والحكم عليها من خلال قياسها وتقديرها سواء كانت أشياء أو أفكار ومن ثم يضبط سلوكه وفق النسق الذي يراه أنسب.

7-4 مستوى التنظيم: فيه يقوم الفرد بإدراك العلاقات بين مجموعة القيم التي يلتزم بها ويكون تنظيمها قيما، يستدخل فيه القيم الجديدة بعلاقات واضحة مع غيرها من القيم مع وعيه بمستويات هذه القيم في علاقاتها(أحمد سعد عمر، 2022، ص829).

7-5 مستوى الوسم بالقيمة: فيه يكتمل تكوين القيمة وينعكس ذلك في جميع مظاهر السلوك لدى الفرد(أحمد سعد عمر، 2022، ص829).

أي أنه في هذا المستوى يكون الإنتهاء من تقمص القيمة سلوكا وممارسة ويتم إصدار السلوك دون استشارة لانفعالات ويوسم بقيمة تدل على نمط سلوكه.

8- مكونات القيم الإجتماعية:

تتكون القيم الإجتماعية من:

8-1 المكون المعرفي: ومعياره الاختيار أي انتقاء القيمة من إبدال مختلفة بحرية كاملة بحيث ينظر الفرد في عواقب انتقاء كل بديل ويتحمل مسؤولية انتقائه وهذا يعني أن الانعكاس اللإرادي لا يشكل اختيار يرتبط بالقيم ويعتبر الاختيار المستوى الأول في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من ثلاثة درجات أو خطوات متتالية وهي استكشاف الأبدال الممكنة والنظر في عواقب كل بديل ثم الاختيار الحر (العاجز، العمري، 1999، ص4).

8-2 المكون الوجداني: ومعياره التقدير الذي يعكس في التعلق بالقيمة والاعتزاز بها والشعور بالسعادة لاختيارها والرغبة في إعلانها ويعتبر التقدير المستوى الثاني في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين هما: الشعور بالسعادة لاختيار القيمة، وإعلان التمسك بالقيمة (بكوش، 2019، ص79).

8-3 المكون السلوكي: ومعياره الممارسة والعمل أو الفعل ويشمل الممارسة الفعلية للقيمة أو الممارسة على نحو ينسق مع القيمة المنتقاة على أن تتكرر الممارسة بصورة مستقرة في أوضاع مختلفة كلما سنحت الفرصة لذلك، وتعتبر الممارسة المستوى الثالث في سلم الدرجات المؤدية إلى القيم ويتكون من خطوتين متتاليتين هما: ترجمة القيمة إلى ممارسة وبناء نمط قيمي (العاجز، العمري، 1999، ص4).

9- مظاهر القيم الإجتماعية : تتمثل في:

- البر بالوالدين والإحسان إليهما وذي القربى.
- اختيار الزوج والزوجة الصالحة ومعاملتها بالحسن والإنفاق عليها.
- طاعة الزوج في غير معصية ورعاية ماله وأولاده.
- معاملة الجار بالحسن.
- تربية الأولاد وحسن المعاشرة الزوجية بالحسن.
- عيادة المريض والسؤال عنه.
- الاستئذان والاستئناس.
- التراحم بين الأقارب والتعاون بين الناس جميعاً (المصري، 2010، ص43).

خلاصة:

مما سبق تعتبر القيم الإجتماعية ركيزة أساسية من ركائز المجتمع نظرا لأهميتها في توجيهه في توجيه السلوكيات الإنسانية في مختلف مجالات الحياة الإجتماعية، فتعمل على الحفاظ على توازن المجتمع وتماسك العلاقات فيه وتترك آثارا ايجابية في الأفراد، والطالب الجامعي المتحلي بالقيم الإجتماعية سوف يكون مستقبلا مواطنا صالحا وفاعلا في مجتمعه.

هوامش الفصل:

1. الأزهر، العقبى. (2008/2009). القيم الإجتماعية والثقافية المحلية وأثرها على السلوك التنظيمي للعاملين. المصنع الجزائري أنموذجا، دراسة ميدانية بمؤسسة صناعات الكوابل بسكرة، مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، جامعة الإخوة منتوري قسنطينة.
2. أحمد الذيب، هبة. (2019). تأثير ثقافة الإعلام على بعض القيم الإجتماعية في المجتمع الإماراتي.
3. أحمد الذيب، هبة. (2019). تأثير ثقافة الإعلام على بعض القيم الإجتماعية في المجتمع الإماراتي، دراسة تطبيقية على عينة من طلاب الجامعة.
4. بن عثمان، أم الخير. (2015). تأثير القيم الإجتماعية على الفعل التنظيمي لدى العامل الجزائري، دراسة ميدانية بالمديرية الولائية للبريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال بأدرار. رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع. جامعة أحمد دراية، أدرار.
5. بن عثمان، أم الخير. (2015). تأثير القيم الإجتماعية على الفعل التنظيمي لدى العامل الجزائري، دراسة ميدانية بالمديرية الولائية للبريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال بأدرار. رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع. جامعة أحمد دراية، أدرار.
6. مؤمن بكوش، الجموعي، (2014). القيم الإجتماعية مقارنة اجتماعية. مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة الوادي، العدد 8.
7. حران، العربي. (2007). تغيير القيم الإجتماعية لدى الشبابي المتعاطي للمخدرات. رسالة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر، بوزريعة.
8. كمال، عايد. (2016). تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري-الشباب الجامعي أنموذجا- أطروحة لنيل شهادة دكتوراه ل.م. د.
9. كامل، عايد. (2016). تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري الشباب الجامعي التلمساني - أنموذجا-. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل. م. د، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.
10. أحمد بيومي، محمد. (2006). القيم وموجهات السلوك الإجتماعي. دار المعرفة الجامعية.
11. دحمان، زيرق. (2011). دور المدرسة القرآنية في تنمية القيم الإجتماعية للتلميذ. رسالة ماجستير في علم الاجتماع. جامعة محمد خيضر، بسكرة.

12. جبر سعيد، سعاد. (2015). ط1. الصراع القيمي وأثره في المجتمع. الأردن: عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع.
13. نعيم عبد الرحمن، جهاد. (2003). البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية. رسالة ماجستير في الإدارة التربوية في كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية. نابلس، فلسطين.
14. شعيباً محمد عثمان، صالحه. (2012). بعض القيم الإجتماعية وعلاقتها بالسلوك البيئي - دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة بنغازي. رسالة ماجستير بكلية الآداب قسم علم الاجتماع. جامعة بنغازي.
15. عابدي، جمال. (2014). القيم الإجتماعية والتغيير الإجتماعي في المجتمع الجزائري اختبار نظرية التحديث الوظيفية. أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع. جامعة الجزائر 2.
16. عبد المعطي، علي، الحلاحلة، محمود. (2011). القيم الإجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني من وجهة نظر طلبة الجامعات الأردنية برنامج يسعد صباحك - انموذجا - رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط الأردنية.
17. غواظني، مليكة. (2020). تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وتأثيرها على قيم الشباب الجزائري الانترنت - انموذجا - دراسة وصفية تحليلية على عينة من الشباب الجزائري. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم.
18. علي العاجز، فؤاد، العمري، عطية. (1999). القيم وطرق تعلمها وتعليمها. الأردن: جامعة اليرموك.
19. مؤمن بكوش، الجموعي. (2014). القيم الإجتماعية مقارنة نفسية اجتماعية. مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، العدد 8.
20. جمال المصري، دينا. (2010). أثر استخدام لعب الأدوار في اكتساب القيم الإجتماعية المتضمنة في محتوى كتاب لغتنا الجميلة لطلبة الصف الرابع الأساسي في محافظة غزة رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية. غزة.
21. الثَّقفي، عبد الله، الحموري، خالد، عصفور، قيس. (2013). القيم الإجتماعية وعلاقتها بالتفكير التأملي لدى طالبات المجلة العربية لتطوير التفوق، العدد 6، جامعة الطائف.
22. أحمد همشري، عمر. (2013). ط2. التنشئة الإجتماعية للطفل. عمان: دار صفا للنشر والتوزيع.

23. أحمد همشري، عمر. (2013). ط2. التنشئة الإجتماعية للطفل. عمان: دار صفا للنشر والتوزيع.
24. اليمني، بن منصور. (2009). دور القيم الدينية في التنمية الإجتماعية -دراسة ميدانية حول المقيمين بمدينة باتنة-. رسالة ماجستير في علم الاجتماع.
25. بوقلوق، سهام. (2017). استخدام مواقع التواصل الإجتماعي وأثرها على القيم الأخلاقية والإجتماعية دراسة مسحية لعينة من المراهقين الجزائريين لموقع الفايسبوك. أطروحة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات الجمهور، جامعة الجزائر3.
26. صوكو، سهام. (2008، 2009). واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة دراسة ميدانية لثانوية بوحنة مسعود -فرجوية-. رسالة ماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري، قسنطينة.
27. بوعطيط، سفيان. (2011، 2012). القيم الشخصية في ظل التغيير الإجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني. أطروحة دكتوراه في علم النفس العمل والتنظيم، جامعة منتوري، قسنطينة.
28. مخالفة، أحلام، العودان، ميسر. (2010). القيم الإجتماعية المتضمنة في مناهج التربية الإسلامية ومناهج التربية الوطنية في الأردن. مجلة اتحاد الجامعات العربية للأداب، المجلد7، العدد1.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد:

أولا مجالات الدراسة

ثانيا: مجتمع الدراسة

ثالثا: عينة الدراسة

رابعا: نوع الدراسة ومنهجها

خامسا: أدوات جمع البيانات

سادسا: أساليب تحليل البيانات

خلاصة الفصل

هوامش الفصل

تمهيد:

في هذا الفصل سيتم إبراز مجالات الدراسة في جوانبها المكاني والزمني والبشري وتحديد مجتمع الدراسة والعينة المعتمدة، وأيضاً تحديد المنهج المتبع وأدوات جمع البيانات، وكذا الأساليب المعتمدة في معالجة البيانات والمعلومات تفسيراً وتحليلاً، كمحاولة للتعبير عن نتائج الظاهرة المدروسة بلغة إحصائية ذات ثقة ومصداقية علمية.

1-مجالات الدراسة:

يقصد بمجالات الدراسة الحدود التي نسعى إلى دراستها وتعتبر خطوة تحديد هذه المجالات لها أهمية كبيرة في البناء المنهجي للبحث العلمي وهي ثلاث مجالات تتمثل في: المجال المكاني والبشري والزمني.

1-1 المجال المكاني:

عادة ما يتعلق بالحيز الذي ستجرى فيه الدراسة الميدانية من خلال تحديد حدوده الجغرافية، بحيث يتسنى لأي شخص التعرف عليه بسهولة، وهو الرقعة الجغرافية التي ستكون ميدان لإجراء الجزء الميداني وبالتالي من الضروري على أي باحث ضبط وتحديد المجال المكاني والجغرافي للمدينة أو المؤسسة أو أي مجال قد يكون حقلاً للدراسة من خلال توضيح حدوده، الموقع والمساحة، ويتمثل المجال المكاني لدراستنا في كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى - قطب تاسوست - يحدها شمالا السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43 وجنوبا مقبرة تبلغ مساحتها 5,39 هكتار تحتوي على أربع كليات متمثلة في:

- كلية الحقوق والعلوم السياسية.

- كلية الآداب واللغات.

- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية.

- كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية.

دراستنا في كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية لاختصار الوقت والجهد كونها الكلية التي ندرس فيها.

1-2 المجال البشري:

يقصد بالمجال البشري كل المفردات التي ستجرى عليهم الدراسة وتطبق عليهم الأدوات البحثية. ويتمثل المجال البشري لدراستنا في: طلبة قسم الإعلام والاتصال إناثا وذكورا الذين يستخدمون الإعلام الإلكتروني لتشكيل قيمهم الإجتماعية في جامعة محمد الصديق بن يحيى - قطب تاسوست - جيجل، إذ تم إجراء الدراسة على عينة من الطلبة بهدف التوصل إلى دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الإجتماعية والوصول إلى نتائج دقيقة للدراسة.

1-3 المجال الزمني:

يقصد به الفترة التي إستغرقتها في انجاز المذكرة، بداية من اختيار الأستاذ المشرف وضبط العنوان الذي تم فيه الإعلان عنه في بداية شهر فيفري إلى غاية تسليم المذكرة في شكلها النهائي في شهر ماي، وبالتالي فالمجال الزمني لدراستنا امتد من شهر فيفري إلى شهر ماي، إذ باشرنا بإنجاز الإطار المنهجي المتمثل في ضبط الإشكالية وفرضياتها والعناصر الأخرى إلى غاية الدراسات السابقة والمقاربة النظرية، حيث استغرقتنا في إنجاز هذا الإطار مدة 3 أسابيع، وبعدها توجهنا إلى ضبط الجانب النظري للدراسة المتكون من: فصلين (الإعلام الإلكتروني، والقيم الإجتماعية).

استغرقتنا فيه شهر وبعدها انتقلنا إلى الجانب الميداني حيث تم تصميم الاستمارة في مدة أسبوعين من 15 أبريل إلى 28 أبريل، بدأنا في توزيعها بداية من 2 ماي حيث تم توزيع 101 استمارة في يوم واحد على العينة المبحوثة، ووزعناها بطريقة عشوائية على طلبة قسم الإعلام والاتصال خلال الفترتين الصباحية والمسائية، وتم توزيعها داخل الكلية وكذلك الدخول إلى قاعات التدريس، وقد تعاون معنا الطلبة في ملئ الاستمارة. وبعد الإنتهاء من التوزيع قمنا كخطوة أخيرة بتفريغ البيانات ومعالجتها والوصول إلى نتائج الدراسة في منتصف شهر ماي 2023.

2- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع دراستنا في طلبة قسم الإعلام والاتصال وقد بلغ تعدادهم لسنة 2022، 2023 1018 طالب وطالبة.

ويقصد بمجتمع الدراسة: "جميع المفردات موضع الدراسة والتي نريد معرفة حقائق عنها سواء كانت في شكل إنسان أو حيوان أو جماد" (الغدور، 2015، ص82).

"جميع المفردات ووحدات الظاهرة تحت البحث، قد يكون المجتمع مكونا من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما" (الحداد، 2008، ص79).

"هو الهدف الأساسي من الدراسة. حيث أن الباحث سوف يعمم في النهاية النتائج عليه" (المزاهرة، 2014، ص90).

"مجموعة من الوحدات أو المفردات التي تتصف بصفة مشتركة واحدة أو مجموعة صفات" (معجم المصطلحات الإحصائية، مصطلحات في العينات، 2005، ص10).

3- عينة الدراسة:

بما أنه من الصعب على الباحث أن يتصل بعدد كبير من المعنيين بالدراسة كي يطرح عليهم الأسئلة والحصول على أجوبة في الاستمارة، فإنه لا مفر من اللجوء إلى أسلوب أخذ العينات التي تمثل المجتمع الأصلي، حتى يستطيع أخذ صورة مصغرة عن التفكير العام، وتعرف العينة على أنها: "جزء من المجتمع تم اختيارها وفق قواعد خاصة بحيث تكون العينة المسحوبة ممثلة للمجتمع الكلي" (النعميو وآخرون، 2009، ص 80).

"يعتبر اختيار الباحث للعينة من الخطوات والمراحل الهامة للبحث ولا شك أن الباحث يفكر في عينة بحثه منذ أن يبدأ في تحديد المشكلة والأهداف، لأن طبيعة البحث وفروضه وخطته تتحكم في خطوات تنفيذه واختيار أدواته مثل الاستبيان" (الكردياني، 2015، ص 202).

" هي الجزء الذي يمثل مجتمع الأصل أو النموذج الذي يجري الباحث مجمل عمله عليه، ولا ينجح البحث إلا إذا كان الباحث يستخدم أساليب خاصة باختيار العينات " (المحموري، 2019، ص 160).

بمعنى أكثر توضيح للعينة هي جزء من المجتمع الكلي للدراسة يجب أن تحمل نفس صفات المجتمع وتمثله تمثيلاً صحيحاً كي تكون مصداقية في البحث.

وقد اعتمدنا في تحديد مفردات دراستنا على العين الطبقيّة التناسبية التي تتميز بأنها: "الأكثر دقة من العينات الأخرى، لأنها تعمل على تمثيل جميع فئات الجمهور الأصلي للعينة، أي تساعد على تقليل التباين الكلي للعينة. كما أنها الأكثر تمثيلاً لمجتمع الدراسة إلى جانب إمكانية استعمالها في حالة المقارنة بين المجتمعات أو طبقات مختلفة" (الزيباري، 2011، ص 121).

أي هي الأكثر ملائمة لهذه الدراسة لتثمين الجهود والتوصل إلى نتائج صادقة.

هي عينة يستخدمها الباحث " إذا أراد أن يختار عدداً من المفردات من كل شريحة بشكل يتناسب مع حجمها، وفي هذه الحالة لا توزع مفردات العينة بالتساوي على فئات المجتمع" (الهامي، 2003، ص 245).

"تتلخص العينة الطبقيّة التناسبية العشوائية باختيار عينة عشوائية بسيطة من كل طبقة بحيث يكون حجم هذه العينة يتناسب وحجم الطبقة المأخوذة منها، وهذا يعني أننا نتعامل مع كل طبقة كأنها مجتمع قائم بذاته بأخذ العينة" (الحمداني وآخرون، 2006، ص 203).

وفي تعريف أكثر توضيح عن العينة الطبقية التناسبية هي احتمالية متجانسة في كل طبقة مختلفة بين الطبقات، وهي حاصل جمع العينات من طبقات متعددة تسحب عشوائيا.

أي هي العينة التي مفرداتها يتناسب مع حجم الطلبة المختلفين في مجموعهم والمتجانسين في كل طبقة ، المتباعيين في الجنس والمستوى التعليمي وطبيعة التخصص.

تم اختيار هذه العينة على أساس تقسيم المجتمع الكلي إلى طبقات وهي: المستويات حيث تخدم الدراسة المتمثلة في دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الإجتماعية.

4-نوع الدراسة ومنهجها:

إن طبيعة المشكلة والأهداف التي يسعى الباحث لتحقيقها تفرض عليه تحديد منهج لتطبيقه في دراسته وعليه يمكن تعريف المنهج بأنه:

لغة: "الطريق الواضح، كقولك نهج فلان الطريق أي سلكه" (إبريس،ص9).

"لا يعني أكثر من المقررات الدراسية التي تدرس لكل فئة من الفئات السابقة، وتحتوي هذه المقررات على معلومات وثقافات تعرض على المتعلمين وتلقى عليهم ويلقنها لهم أسانذتهم داخل القسم، وهذه الدروس غالبا ما تكون موزعة بانتظام في جدول روتيني يومي" (أبو الضبعات،2007،ص17).

- يعرفه عبد الرحمن بدوي بأنه: " الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة تهيمن على سر العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة" (جندي، 2010، ص13، 14).

وبتوضيح أكثر لمفهوم المنهج هو السبيل أو الطريق الذي يسلكه الباحث في دراسة موضوع ما للوصول إلى نتائج معينة حيث أن اختيار المنهج لا يتم بطريقة عشوائية بل يفرضه طبيعة الدراسة أو موضوع البحث.

تنتهي دراستنا إلى البحوث الوصفية الشائعة الاستخدام في بحوث الإعلام والاتصال وحسب موضوع دراستنا المتمثل في دور الإعلام في تشكيل القيم الإجتماعية فالمنهج الوصفي المسحي بالعينة هو الأنسب لها، والذي يصف الظاهرة محل الدراسة كما هي في الواقع وذلك بجمع الحقائق والبيانات ومن ثم توصيفها وتحليلها بغية الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع الأصلي للدراسة.

ويقصد بالمنهج الوصفي: "أحد أشكال التحليل والتفسير العلمي المنظم، لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة وتصويرها كميًا، عن طريق جمع بيانات الدراسة الدقيقة" (الخياط، 2010، ص135).

"وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد بصورة نوعية أو كمية رقمية من خلال فترات زمنية محددة" (عناية، 2015، ص79).

"طريقة يعتمد عليها الباحثون في الحصول على معلومات وافية ودقيقة تصور الواقع الاجتماعي والذي يؤثر في كافة الأنشطة الثقافية والسياسية والعلمية" (العساف، الواد، ص134).

"أسلوب من أساليب التحليل الذي يعتمد على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية وتفسيرها بطريقة موضوعية بما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة" (غربي، 2009، ص83).

- أي أن المنهج الوصفي يلاءم مجريات الدراسة المستهدفة لمعرفة دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الاجتماعية للطالب الجامعي ويعتمد هذا المنهج الوصف الدقيق، ويعتمد أيضا المنهج الوصفي بشقيه التفسيري والتحليلي لتفسير الواقع كما هو.

5- أدوات جمع البيانات:

إن مرحلة جمع البيانات من أهم مراحل البحث العلمي وتتم هذه العملية عن طريق جمع المعلومات أو البيانات المناسبة للدراسة وذلك عن طريق الوسائل والأدوات التي لها دور كبير في دقة المعلومات ومصداقية النتائج ويتم اختيار هذه الأدوات لجمع البيانات وفقا لموضوع الدراسة والمنهج وطبيعة العينة، وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على الاستبيان والملاحظة، والمقابلة.

ويعرف الاستبيان بأنه: "مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها" (بوحوش، دس، ص67).

"هي أداة منهجية تسمح لنا بجمع بالبيانات حول الموضوع المراد دراستها كما أنها، عبارة عن مجموعة من الأسئلة الموزعة حسب المحاور الخاصة بالفروض والأهداف المسطرة من طرف الباحث، والمبحوث يكتفي بالرد المباشر على الأسئلة المكتوبة والمتضمنة في ثنايا الاستمارة دون زيادة أو نقصان" (معتوق، 2013، ص ص 179، 180).

" هي طريقة علمية لجمع البيانات حول الظواهر الإجتماعية، تطبق في أغلب البحوث الإجتماعية بسبب سهولتها وتكاليفها المنخفضة، وإمكانيات استخدام التحليل الإحصائي وكذلك الاستخدامات المتعددة للبيانات المتحصل عليها " (مصباح، 2010، ص 146).

اعتمدنا في دراستنا على الاستمارة مرفوقة بمقابلة مع المبحوثين عند توزيع الاستمارة. كأول خطوة قمنا بتصميم الاستبيان وعرضه على الأستاذ المشرف الذي فضل توجيهها إلى لجنة التحكيم مكونة من أساتذة قسم الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع وهم:الأستاذة لعجود آسيا والأستاذ بوطرنخ عز الدين والأستاذ شربال مصطفى.

تكونت الاستمارة الخاصة من بدراستنا من محورين أساسين :

المحور الأول: تضمن البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين، مكون من 4 أسئلة حول الجنس والسن والمستوى التعليمي والتخصص.

المحور الثاني: تضمن محاور الأداة المتعلقة بالفرضيات الفرعية وهي:

المحور الأول: الإعلام التفاعلي يهذب القيم الأخلاقية.

المحور الثاني: الإعلام الإجتماعي يساهم في تعديل القيم الإجتماعية.

المحور الثالث: الإعلامي الديني يرسخ القيم الإجتماعية.

مراحل إعداد أسئلة الاستمارة:

المرحلة الأولى: مرحلة إعداد الإستمارة.

وهي مرحلة الإعداد الأولي وقد تضمنت 26سؤال لقياس المؤشرات بكل حيادية وإبراز أبعادها مع اعتبار خصائص مجتمع البحث.

المحور الأول: تضمن (05) أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين.

المحور الثاني: تضمن (21) سؤالاً يتعلق بمحاور الأداة.

المرحلة الثانية: مرحلة تحكيم الاستمارة.

في هذه المرحلة تم عرض الاستمارة على الأساتذة المحكمين وعددهم (3) وقد اقترحوا بعض التعديلات وهي كالتالي:

- الحذف: تم حذف سؤال رقم 5 في المحور الأول المتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين: المتمثل في محل الإقامة.

- تم حذف السؤال رقم 2 في محور الأداة: كم تمتلك من وسيلة اتصال بالنت؟

- التغيير: تغيير الترتيب في جانب الأداة من 6 إلى 5.

- التعديل: تعديل اقتراحات السؤال 7: من 1 ساعة و 2 ساعة و 3 ساعة و 4 فأكثر إلى: أقل من ساعة، من ساعة إلى ساعتين، 3 ساعات فأكثر.

- الإضافة: إضافة كلمة " مواقع التواصل الاجتماعي " في السؤال رقم 10: تفاعلك مع الآخرين يتم عبر فضاء؟

المرحلة الثالثة: مرحلة تجريب الاستمارة

بعد تصحيح بعد الأخطاء مع الأخذ بعين الاعتبار ملاحظات المحكمين، تم ضبط الاستمارة ثم تجربتها على عينة عشوائية من المبحوثين عددهم 8 قصد التحقق من صدقها وملائمتها للتطبيق ميدانيا ومدى تقبل المبحوثين لها دون ملل أو حرج، حيث كانت النتائج مرضية.

المرحلة الرابعة: مرحلة الصياغة النهائية.

هي آخر مرحلة تمت فيها الصياغة النهائية لاستمارة البحث ووضعت في شكلها النهائي، وتضمنت 24 سؤال.

- المحور الأول: تضمن (4) أسئلة، ويتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين.

- المحور الثاني: تضمن محاور الوسيلة المتعلقة بالفرضيات الفرعية وهي:

- المحور الأول: الإعلام التفاعلي والقيم الأخلاقية وقد تضمن (9) أسئلة.

- المحور الثاني: الإعلام الاجتماعي وتعديل القيم الاجتماعية وقد تضمن (5) أسئلة.

- المحور الثالث: الإعلام الديني وترسيخ القيم الدينية وقد تضمن (6) أسئلة.

وتعرف المقابلة على أنها: " فن اللقاء بشخص بهدف الحصول على معلومات وأنباء أو مواد لمقال وهي لا تقوم لصالح الشخص الذي تجري معه المقابلة ولا لصالح الصحفي وإنما لصالح الجمهور أو القراء كمبدأ أخلاقي في مهنة الصحافة(الخوري، 2009، ص103).

6-أساليب معالجة البيانات:

عادة ما يستخدم الباحثون أسلوبين في تحليل بيانات الدراسة وهما التحليل الكمي والكيفي، ونقصد بالتحليل الكمي: " ذلك البحث الذي يحدد فيها الباحث مشكلة البحث ويطرح أسئلة محددة أو يضع فروضا قابلة للاختبار، ثم يجمع بيانات رقمية موضوعية من المشاركين أفراد العينة بناء على الأسئلة أو الفروض التي وضعها، ثم يحلل هذه الأرقام باستخدام الأساليب الإحصائية ليحصل على إجابة الأسئلة التي طرحها أو الفروض التي وضعها " (أبو علام، 2013، ص 81).

" نوع من البحوث العلمية التي تفترض وجود حقائق اجتماعية، موضوعية، منفردة ومعزولة عن مشاعر ومعتقدات الأفراد، وتعتمد غالبا الأساليب الإحصائية في جمعها للبيانات وتحليلها " (قنديلجي، 2009، ص57).

" البحث الذي يستخدم المعالجات الإحصائية في تفسير ظاهرة تربوية أو اجتماعية نريد أن نفسرها" (عبد الهادي ، 2006، ص57).

باختصار لمفهوم التحليل الكمي فهو نوع من البحوث العلمية التي تعتمد على الأرقام والإحصائيات.

البحوث الكيفية: " نوع من البحوث العلمية التي تفترض وجود حقائق وظواهر اجتماعية يتم بناءها من خلال وجهات نظر الأفراد والجماعات المشاركة في البحث" (قنديلجي ، 2012، ص42).

" تقديم المعرفة اللازمة على السياق الطبيعي والاجتماعي الذي تحدث فيه الأحداث، والتي تساعد في إعطاء معنى لها، وبتحيزها للعناصر الأقوى في المجتمع لاعتمادها عليهم في استنقاص الآراء ووجهات النظر" (زايد، 2007، ص61).

" جمع وتحليل وتفسير البيانات بشكل سردي و منطقي لأجل فهم ظاهرة اجتماعية محددة " (النعمي وآخرون، 2015، ص259).

وفي تعريف توضيحي للبحوث الكيفية هي: نوع من البحوث العلمية تعتمد على دراسة وقراءة الأحداث بأسلوب وصفي تحليلي بعيدا عن الأرقام والإحصائيات.

خلاصة:

باعتبار مضمون فصل الإعلام الإلكتروني كمدخلات لدراسة تشكيل القيم الإجتماعية فإن كل تجلياته كما التليفزيون التفاعلي والهواتف النقالة الذكية والصحف الإلكترونية وصفحات الويب... والمتحكم فيها من العنصر البشري الذي هو المنطلق والفاعل الأول في عمليات الإعلام والاتصال وتدفق المعلومات وتراكمها وأرشفتها المرتبطة بالشبكة العنكبوتية العالمية. التي لها دورا هاما ومتجددا في جعل الطالب الجامعي يقبل دوما على الإطلاع على المعلومات والمعارف والنشر الإلكتروني وارتداد الفضاء الافتراضي، وممارسة التفاعل مع الآخرين تبادلا لأفكار والقيم الإنسانية والخاصة، ومساهمة في التدوين والتدوين المتخصص وتقديم الطروحات المختلفة في المنتديات.

هوامش الفصل:

- 1- محمود أبو علام، رجاء. (2013). ط1. مناهج البحث الكمي والنوعي المختلط. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 2 - قنديجي، عامر، إيمان، السامري.(2009). البحث العلمي الكمي والنوعي. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 3- أحمد عبد الهادي، نبيل.(2006). ط1. منهجية البحث في العلوم الإنسانية. عمان: دار الأهلية للنشر والتوزيع.
- 4- بوحوش، عمار.ط5. مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 5- معتوق، جمال.(2013). ط1. منهجية العلوم الإجتماعية و البحث الإجتماعي. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 6- مصباح، عامر.(2010). ط2. منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام . ديوان المطبوعات الجامعية.
- 7- جلال الغندور، محمد. (2015). ط1. البحث العلمي بين النظرية والتطبيق. دار الجوهرة للنشر والتوزيع.
- 8- مفتاح الحداد، فيصل.(2008). ط1. منهجية البحوث و الرسائل العلمية. ليبيا: دار الكتب الوطنية.
- 9- هلال المزاهرة، منال.(2014). ط1. مناهج البحث الإعلامي. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 10- إدريس، فضلي. (2010). ط3. الوجيز في المنهجية و البحث العلمي.
- 11- جندلي، عبد الناصر.(2010). ط3. تقنيات ومناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والإجتماعية. ديوان المطبوعات الجامعية.
- 12- أبو الضبغات، زكرياء إسماعيل. (2007). ط1. المناهج أساسها ومكوناتها. عمان: دار الفكر ناشرون وموزعون.
- 13- الخوري، نسيم. (2009). المقابلة الصحفية. بيروت: دار المنهل اللبناني.

- 14- قنديلجي، عامر إبراهيم.(2012). منهجية البحث العلمي. عمان: داراليازوري للنشر والتوزيع.
- 15- زايد، فهد خليل.(2007). ط1. أساسيات ومنهجية البحث في العلوم الإنسانية.الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- 16- عبد العال النعيمي، محمد، آخرون. (2015). ط6. طرق ومناهج البحث العلمي. عمان: دار الرواق للنشر والتوزيع.
- 17- عبد العال النعيمي، محمد، آخرون. (2009). ط1. طرق ومناهج البحث العلمي. عمان: دار الرواق للنشر والتوزيع.
- 18- الكرداني، محمد فتحي. (2015). ط1. البحث العلمي نظريات وتطبيقات. الإسكندرية: دار الوفاء للدنيا الطباعة.
- 19- المحموري، محمد سرحان علي.(2019). ط3. مناهج البحث العلمي: صنعاء. الجمهورية اليمنية.
- 20- خياط، ماجد محمد. (2010). ط1. أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الإجتماعية. عمان: دار الراية للنشر والتوزيع.
- 21- عناية، غازي.(2015). منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية.دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 22- العساف، أحمد عارف. الوادي، محمود. (2011). ط1. منهجية البحث في العلوم الإجتماعية والإدارية المفاهيم والأدوات. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 23- غربي، علي. (2009). ط2. أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية. قسنطينة: دار التمايز للطباعة والنشر والتوزيع.
- 24- الزبياري، طاهر حسو. (2011). ط1. أسلوب البحث العلمي في علم الاجتماع. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- 25- الهمالي، عبد الله عامر. (2013). ط3. أسلوب البحث الإجتماعي وتقنياته. ليبيا: دار الكتب الوطنية بن غازي.
- 26- موقف، الحمداني، وآخرون. (2006). ط1. مناهج البحث العلمي الكتاب الأول أساسيات البحث العلمي، عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

الفصل الخامس: الجانب التطبيقي
للدارسة

الفصل الخامس: الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

- 1- عرض وتفسير وتحليل بيانات الدراسة.
- 2- النتائج العامة للدراسة الميدانية.
- 3 مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات.
- 4 مناقشة النتائج في ضوء الدراسات السابقة.
- 5 مناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية.

خلاصة الفصل

قائمة الهوامش

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

تمهيد:

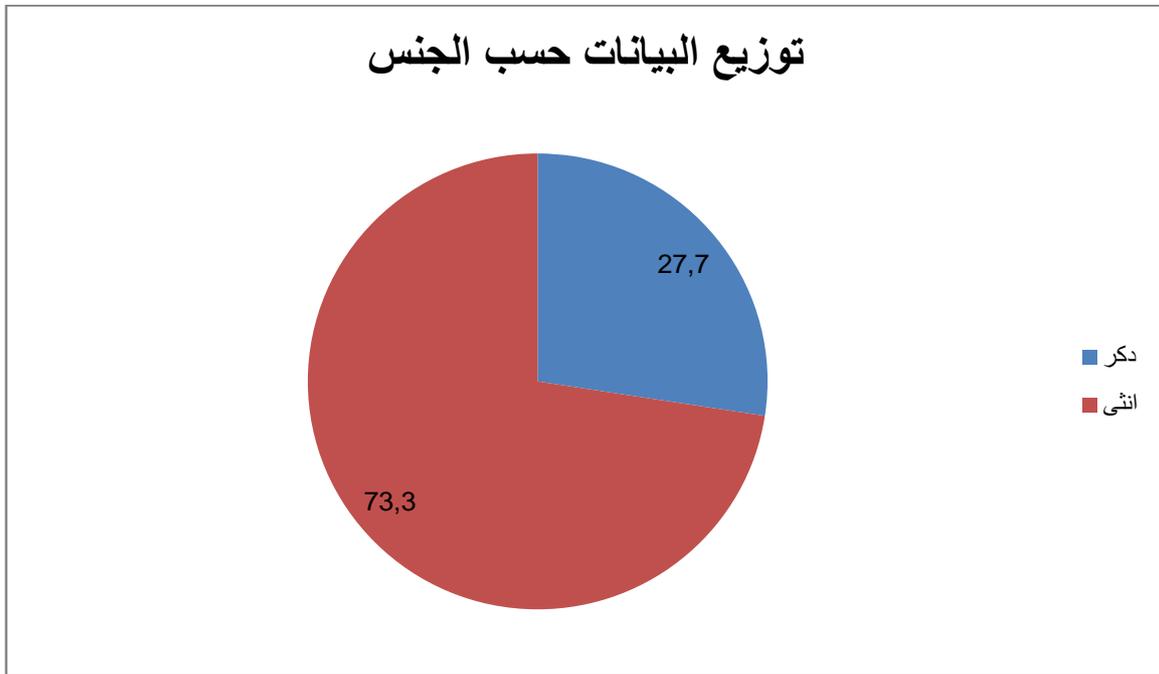
لا يمكن لأي بحث علمي أن يصل إلى الإجابة على التساؤلات المطروحة دون المرور على خطوة أساسية وهي المرحلة الميدانية، ليتم فيها عرض وتفسير وتحليل البيانات التي تم جمعها حتى لا تبقى معطيات خام يصل الباحث بموجبها إلى مناقشة نتائجه في ضوء الفرضيات المقترحة، وفي ضوء نتائج الدراسات السابقة، وفي ضوء مقاربات النظرية، وهي أهم النقاط التي تم التركيز عليها في هذا الفصل المحوري.

1- عرض وتفسير وتحليل بيانات الدراسة.

المحور الأول : البيانات الشخصية للمبحوثين.

الجدول رقم (01): أفراد العينة حسب الجنس.

الخيارات	التكرار	النسبة
ذكور	28	27.7%
إناث	73	72.3%
المجموع	101	100%



يوضح الجدول أعلاه الخاص بالجنس أن أعلى نسبة للمبحوثين مقدره ب (72.3%) للإناث، في حين كانت أقل نسبة مقدره ب(27.7%) للذكور .

ونستنتج من هذه النتائج أن الإناث هم الأكثر إقبالا على الدراسة في التعليم العالي والأكثر تحملا لأعباء الدراسة كسبيل إلى التحرر من جملة العادات والتقاليد التي لا تخدم الإناث عادة، وكذا تحقيق الاستقلال مستقبلا بالولوج لعالم الشغل.

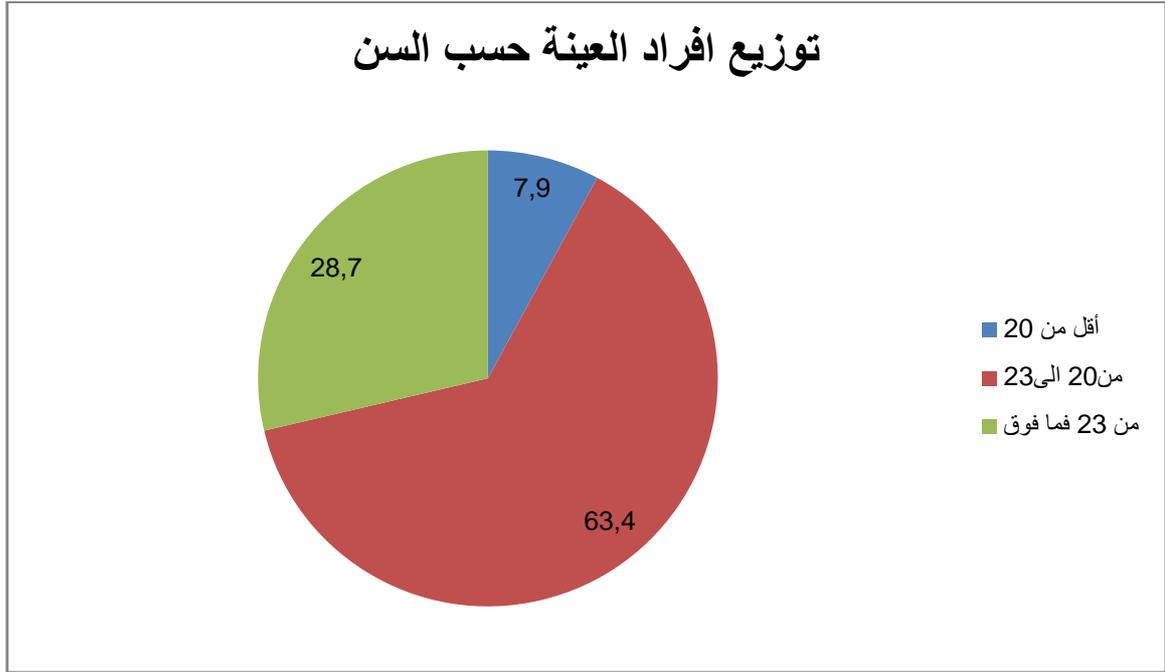
وفي المقابل فإن قلة نسبة الطلبة الذكور يعود بالأساس إلى قلة اجتهادهم في المرحلة الثانوية ومن ثم عزوفهم عن مواصلة التعليم والتوجه إلى المعاهد التي تضمن التوظيف المباشر أو الانخراط في الأسلاك الأمنية المختلفة رغبة في تحقيق الذات وبناء المستقبل.

ومعنى ذلك أن عديد المدخلات جعلت جنس الإناث هو الغالب في فضاء التعاليم العالي دون توطيد فكرة أن الإناث هن الأكثر اجتهادا أو تحملا.

وعليه يمكن التأكيد أن طغيان الطابع الأنثوي في الجامعة يتحكم فيه الاتجاه نحو تحديد معالم المستقبل وتوفير الماديات من قبضة المجتمع المحافظ الذي يقيض المرأة ويحول دون ممارسة التحرر بتحقيق استقلاليتها.

الجدول رقم(02): أفراد العينة حسب السن.

النسبة	التكرار	الخيارات
7.9%	8	أقل من 20 سنة
63.4%	64	من 20 سنة إلى أقل من 23
28.7%	29	من 23 فما فوق
100%	101	المجموع



انطلاقاً من الجدول الإحصائي يتبين أن أغلب الطلبة الجامعيين المبحوثين يتراوح سنهم من 20 إلى أقل من 23 سنة وذلك بنسبة 63.4% ويعود ذلك إلى:

- أنها السن القانونية والعادية للمتمدرس في التعليم العالي.
- أن أغلب الطلبة يجدون في تحصيلهم العلمي وواعين بضرورة بناء مستقبلهم دون إهدار للوقت أو الإمكانيات المتاحة.

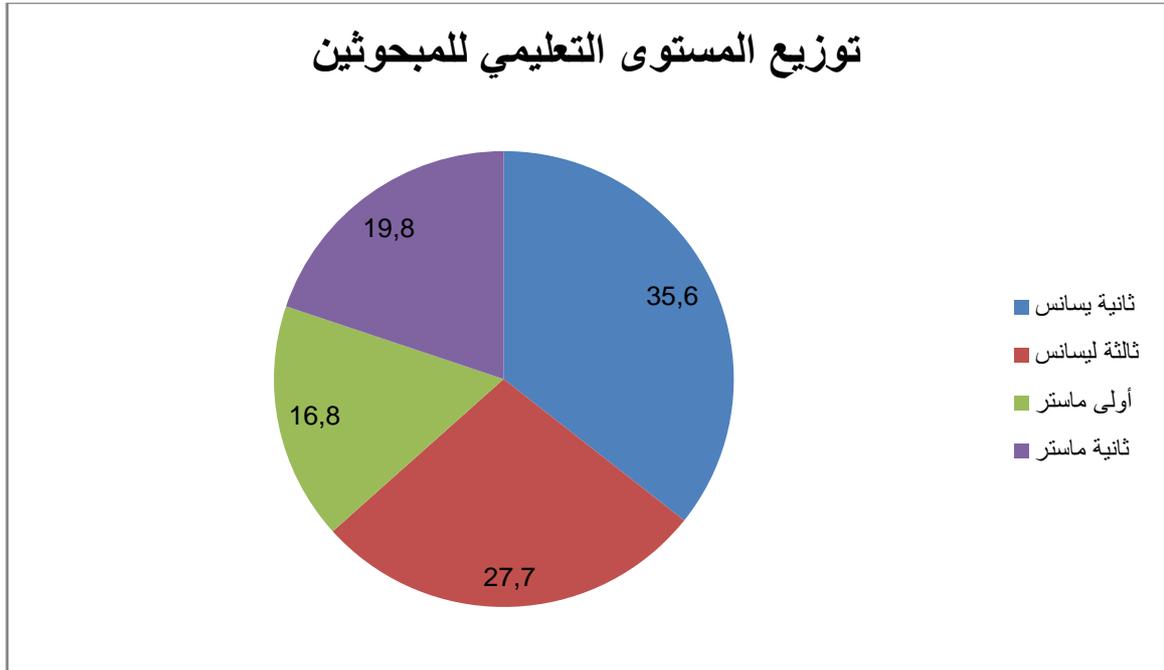
تأتي بعد ذلك فئة 23 سنة فما فوق بنسبة 28.7% وهم طلبة معيدين أو كانوا ضحايا لتغيير الشعب أو من نالوا البكالوريا بعد دورات عدة، أو حتى من يزاولون الدراسة لنيل شهادة ثانية في تخصصات مغايرة وهم في الغالب يكدون لأجل التدارك وتجاوز التجارب الفاشلة.

أما فئة أقل من 20 سنة فقد جاءت بنسبة 7.9% وهم الطلبة المتفوقين عادة والطموحين.

ومعنى ذلك أن العمر للطلبة المبحوثين هو ما يحدد فلسفتهم في التعليم العالي، وبذلك فإن سن المبحوثين تتحكم فيه عدة عوامل منها ما هو ذاتي ومنا ما هو اجتماعي ويرسم مدى النضج الاجتماعي والمعرفي للطلبة الجامعيين.

الجدول رقم(03): المستوى التعليمي للمبحوثين

النسبة	التكرار	الخيارات	
35.6%	36	سنة ثانية	مستوى ليسانس
27.7%	28	سنة ثالثة	
16.8%	17	أولى ماستر	مستوى ماستر
19.8%	20	ثانية ماستر	
100%	101	المجموع	



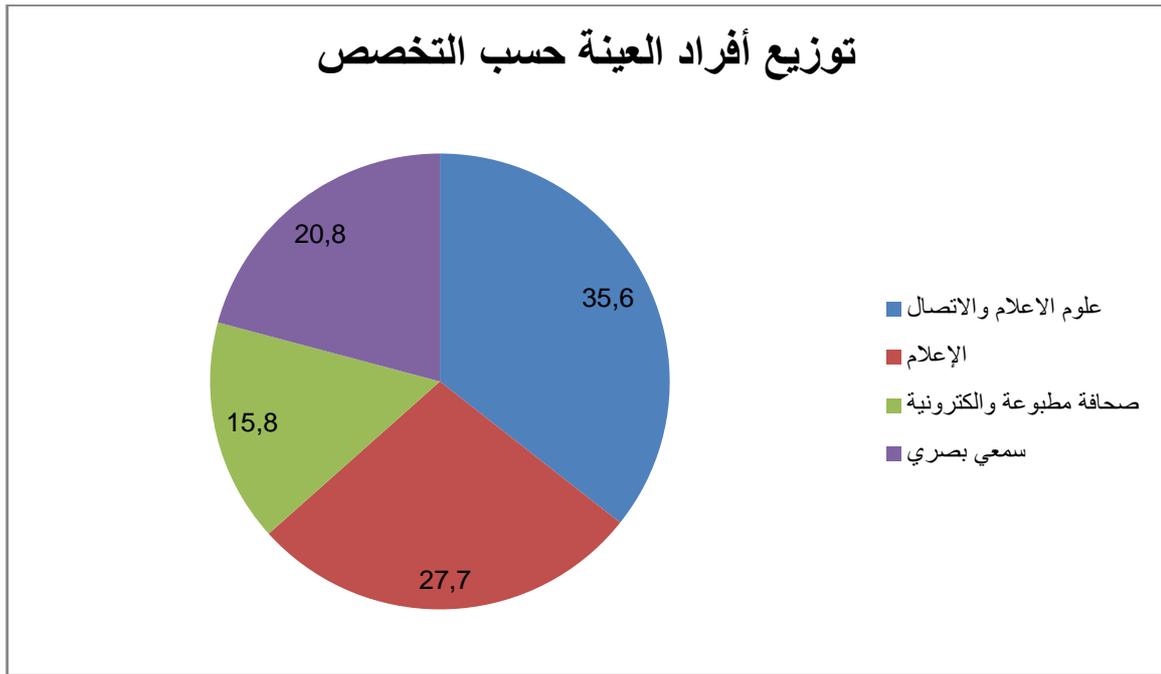
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد الطلبة في المرحلة الدراسية مستوى ليسانس (سنة ثانية وسنة ثالثة) تتراوح ما بين 35.6% و 27.7% وهو الذي يمثل العدد الأكبر من العينة أما مستوى الماستر سنة أولى والثانية فقد جاءت ما بين 19.8% و 16.8% لأنه العدد الأصغر من العينة.

نستنتج من خلال تحليل النتائج أن الفئة الغالبة في القسم هي فئة ليسانس ويعود ذلك لنوع العينة المتبعة في هذه الدراسة (عينة طبقية تناسبية) أين تم تحديد عدد الطلبة في كل تخصص مسبقا قبل توزيع الاستمارات. وما دفعنا إلى اختيار هذه الفئة الأكبر هو أن عدد طلبة ليسانس يفوق عدد طلبة الماستر في

الجامعات وبالتالي تكون نسبة ليسانس أكبر وهذا راجع إلى عدم إتاحة درجة الماجستير لجميع الطلبة سابقا بسبب مجموعة من الشروط الكمية والكيفية.

الجدول رقم(4): توزيع أفراد العينة حسب التخصص.

الخيارات	التكرار	النسبة
علوم الإعلام والاتصال	36	35.6%
الإعلام	28	27.7%
صحافة مطبوعة والإلكترونية	16	15.8%
سمعي بصري	21	20.8%
المجموع	101	100%



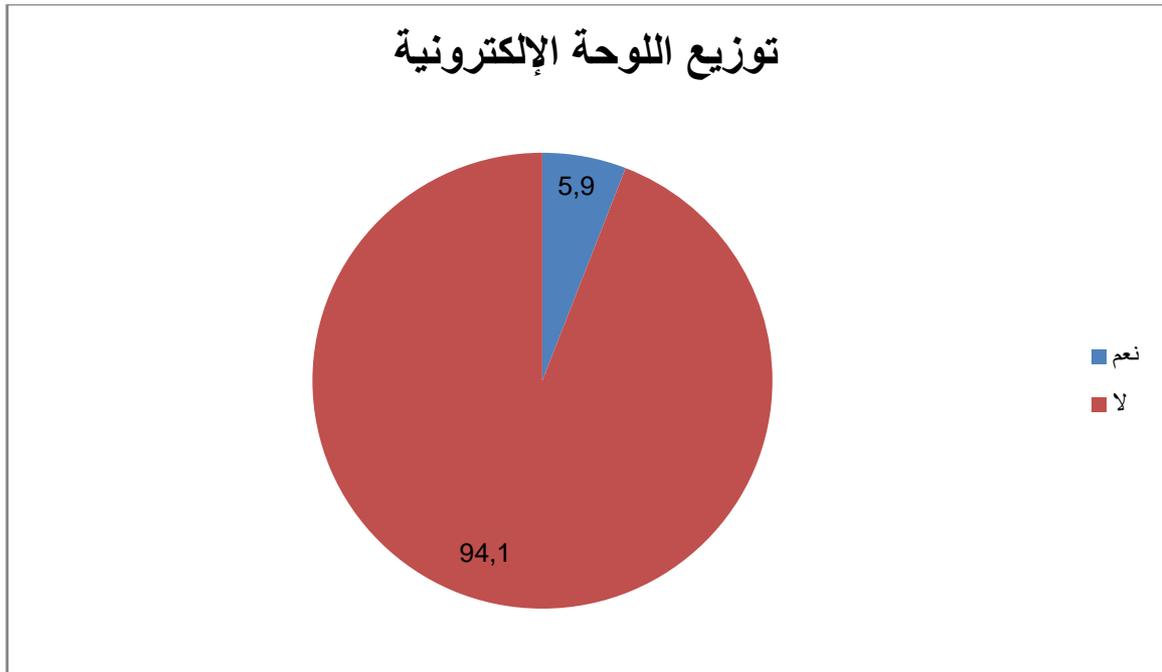
يوضح الجدول أعلاه أنم فئة 36 طالب ينتمي إلى تخصص إعلام واتصال أي ما نسبته 35.6 % من إجمالي النسب، تليها فئة تخصص إعلام بـ 28 فردا بنسبة 27.7% في حين أن فئة تخصص صحافة مطبوعة والإلكترونية قدر عدد الطلبة بـ 16 فردا أي نسبة 15.8%، وفي الأخير تخصص سمعي بصري قدر عددهم بـ 21 فردا أي بنسبة 20.8%.

نفس النسبة الكبيرة لعدد المبحوثين من قسم الإعلام والاتصال إلى كون هذا القسم هو جدع أو قسم عام يختص بالسنتين أولى والثانية من الدراسة الجامعية لتخصص الإعلام والاتصال، ثم يبدأ بعدها تخصص فرعي يختار فيه الطالب القسم الذي يرغب به، والأقسام الفرعية في جامعة تاسوست هي إعلام وسمعي بصري، صحافة مطبوعة والإلكترونية، وعليه فمن الطبيعي أن تكون نسبة أعداد الطلبة في القسم العام أكثر من التخصص الفرعي.

الجدول(5): الوسيلة التي يتفاعل بها المبحوثين

5-1 لوحة إلكترونية:

الخيارات	التكرارات	النسبة
نعم	6	5.9%
لا	95	94.1%
المجموع	101	100%

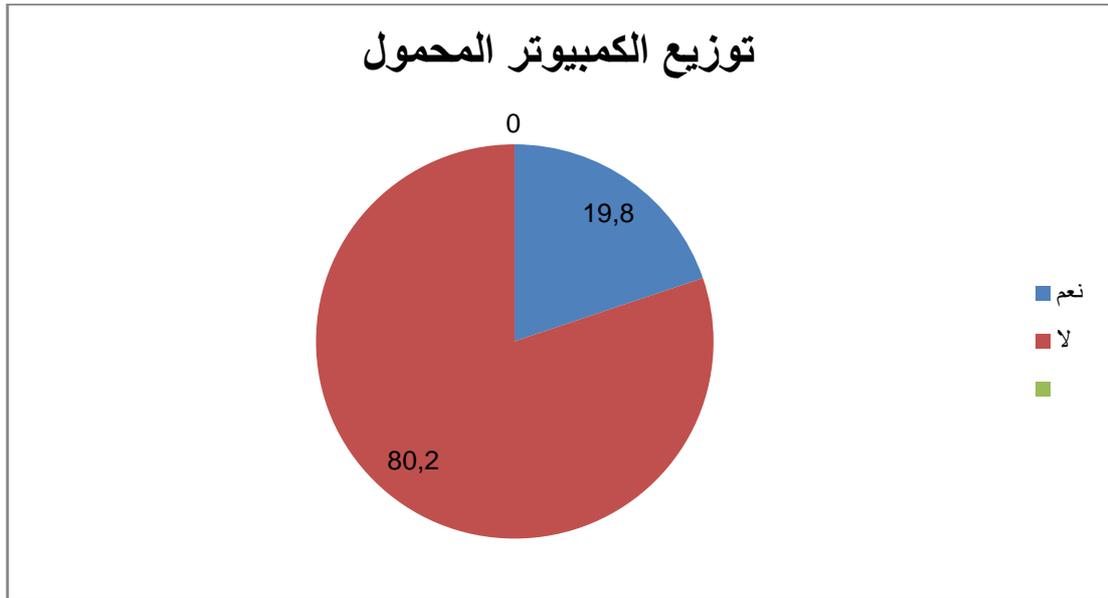


يوضح الجدول أعلاه الوسيلة التي يتفاعل بها المبحوثين في حين أن أغلبية الطلبة لا يتفاعلون مع اللوحة الإلكترونية حيث قدرت نسبهم بـ 94.1% ويرجع هذا إلى أنها أكبر حجماً وأثقل وزناً من أجهزة الهاتف النقال، قلة عدد المنافذ الداعمة لأجهزة خارجية كالطباعة، في حين نجد 5.9% يتفاعلون معها.

نستنتج أن أغلب الطلبة المبحوثين لا يتفاعلون مع اللوحة الالكترونية وهذا راجع إلى عدم إمكانية إرجاء الاتصالات اللاسلكية عكس الهاتف المحمول وأنها غير قابلة للتطوير من قبل الطالب، كما أن أغلبية المبحوثين يستخدمون الهاتف الذكي بالدرجة الأولى والذي يعتبر بديل للوسائل الأخرى.

2-5 كمبيوتر محمول:

الخيارات	التكرارات	النسبة
نعم	20	19.8%
لا	81	80.2%
المجموع	101	100%



يوضح الجدول أعلاه الوسيلة التي يتفاعل معها المبحوثين أن أغلبية الطلبة لا يتفاعلون مع الكمبيوتر المحمول حيث قدرت نسبهم ب 80.2%.

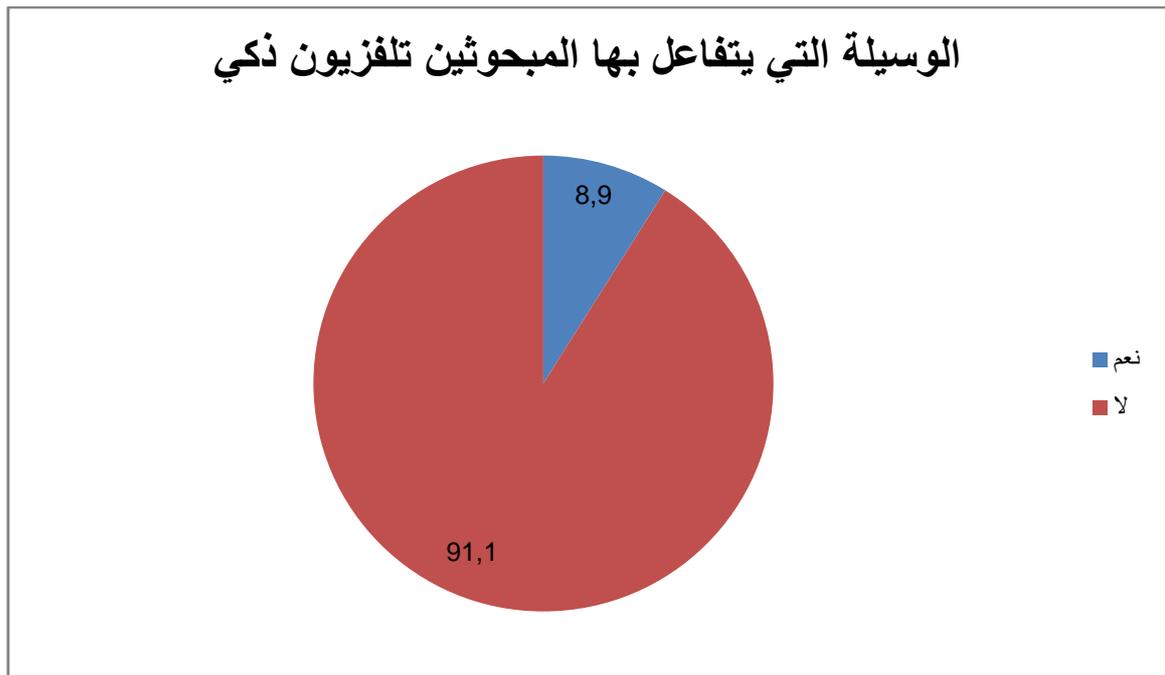
بينما نجد 19.8% من الطلبة المبحوثين يتفاعلون مع الكمبيوتر المحمول لأنه يقوم بالأعمال الشاقة والمكررة والتي قد تتطلب أياما طوال لإتمامها يدويا، قدرة تخزين نسب كبيرة من البيانات.

نستنتج أن أغلب الطلبة المبحوثين لا يتفاعلون مع الكمبيوتر المحمول لأنه يسبب الاستخدام غير الصحي وإصابات في المرفق والمعصم والرقبة والظهر والعينين، إهدار الوقت لان الكثير من الناس يقضون وقتا طويلا أمام شاشات الكمبيوتر، اقتحام الخصوصية.

إضافة إلى ذلك إستحواد الهاتف الذكي على معظم أو جل الشباب الجامعي نتيجة الخدمات التي يقدمها.

الجدول (6): الوسيلة التي يتفاعل بها المبحوثين تلفزيون ذكي.

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	9	8.9%
لا	92	91.1%
المجموع	101	100%



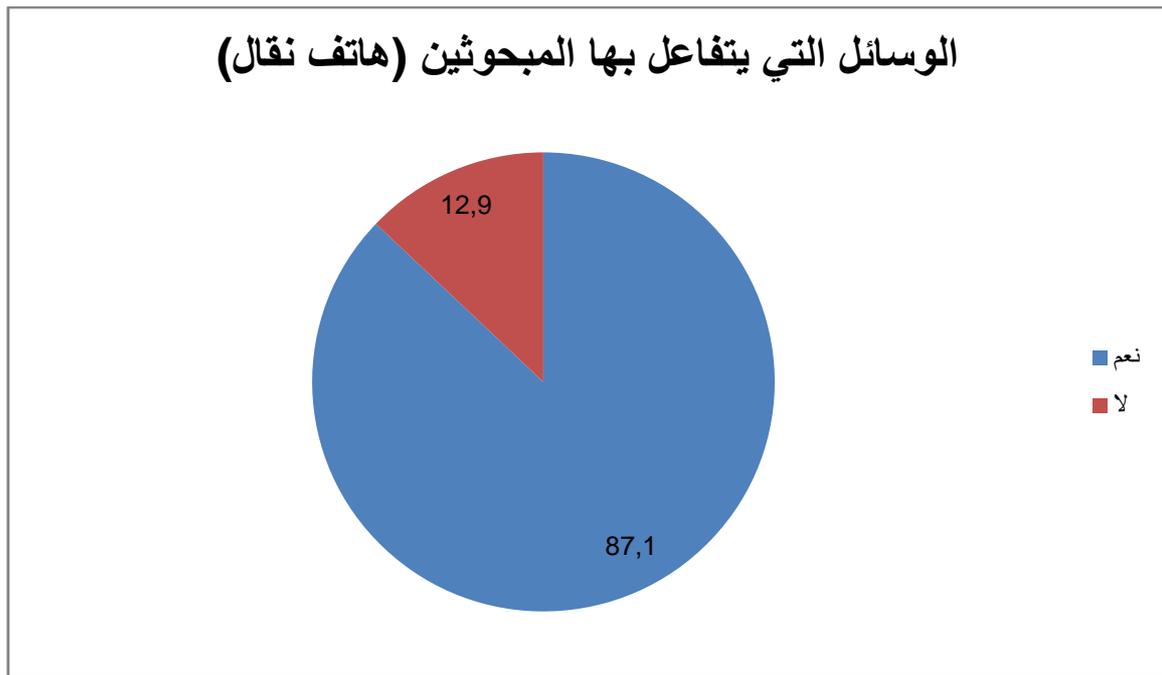
يوضح الجدول أعلاه الوسيلة التي يتفاعل بها المبحوثين حيث أنأغلبية الطلبة لا يتفاعلون مع التلفزيون الذكيوقدرت نسبتهم ب 91.9 %، بينما نجد 8.9% من الطلبة المبحوثين يتفاعلون مع التلفزيون الذكيهذالأنه يوفر للمستخدم العديد من وسائل الراحة كإمكانية مشاهدتهم للأفلام والبرامج من مكتبات الميديا في أي وقت.

نستنتج أن أغلب الطلبة المبحوثين لا يتفاعلون مع التلفزيون الذكي لأنه يسبب اضطرابات في النوم وإجهاداً، وانخفاض القدرة على التركيز، ولأنه مضيعة للوقت أيضاً خاصة إذا لم تكن هناك برنامج محددة يود مشاهدتها، الإصابة بأمراض العين وخاصة عند الجلوس أمام الشاشة لفترات طويلة.

حيث نلاحظ في السنوات الأخيرة أن معظم المبحوثين لا يشاهدون التلفاز وهذا ما أكدته مجموعة من الدراسات.

5-3- الوسيلة التي يتفاعل بها المبحوثين (هاتف نقال).

الخيارات	التكرار	النسبة
نعم	88	87.1%
لا	13	12.9%
المجموع	101	100%



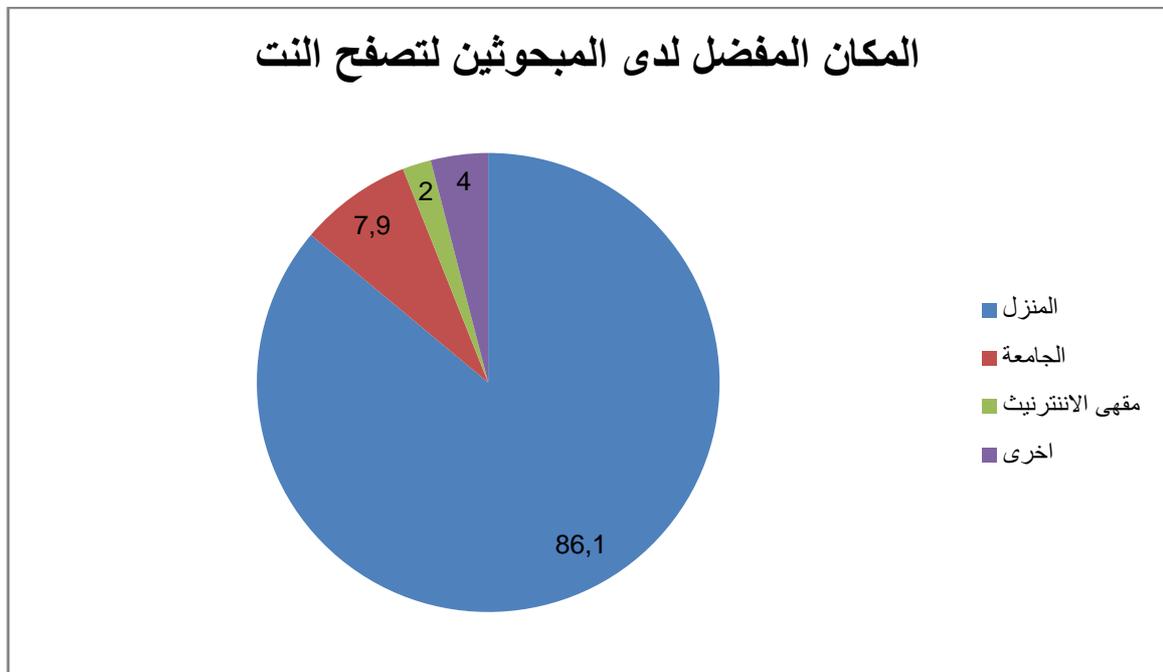
يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل الوسيلة التي يتفاعل بها معها المبحوثين، أن أغلبية الطلبة يتفاعلون مع الهاتف النقال بنسبة قدرت بـ 87.1% ويرجع ذلك إلى سهولة استعماله في المكان والزمان، عديد الاختبارات التي يحوزها والتي تدعم عديد العمليات، كما أنه مزود في العادة بعديد الوسائل التكنولوجية الأحادية والمدمجة، سرية التعامل بواسطته، بينما نجد بنسبة 12.9% من الطلبة المبحوثين لا يتفاعلون به وربما يرجع هذا إلى انتهاك خصوصية الطلبة كالتقاط الصور داخل الحرم الجامعي، سرعة

تعطله نتيجة لسقوطه، نظرا لخفة وزنه وسهولة حمله فهو معرض للفقدان والسرقة مما يؤدي إلى خسران الكثير من المعلومات والبيانات المخزنة عليه.

نستنتج أن أغلب الطلبة المبحوثين يستعملون الهاتف النقال كوسيلة، إذ يستخدم كإدوات التعلم الذي يستخدم فيها نظام تشغيل يشابه نظام تشغيل الحواسيب ويحتوي على الكثير من تطبيقات الحاسوب منها، الاتصال بالانترنت وأجهزة مشغلات الوسائط المتعددة البلوتوث، المساعدات الشخصية (شاوي الباير، 2021، ص7).

الجدول (6): المكان المفضل لدى المبحوثين لتصفح النت.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
المنزل	87	86.1%
الجامعة	8	7.9%
مقهى الانترنت	2	2%
أخرى	4	4%
المجموع	101	100%



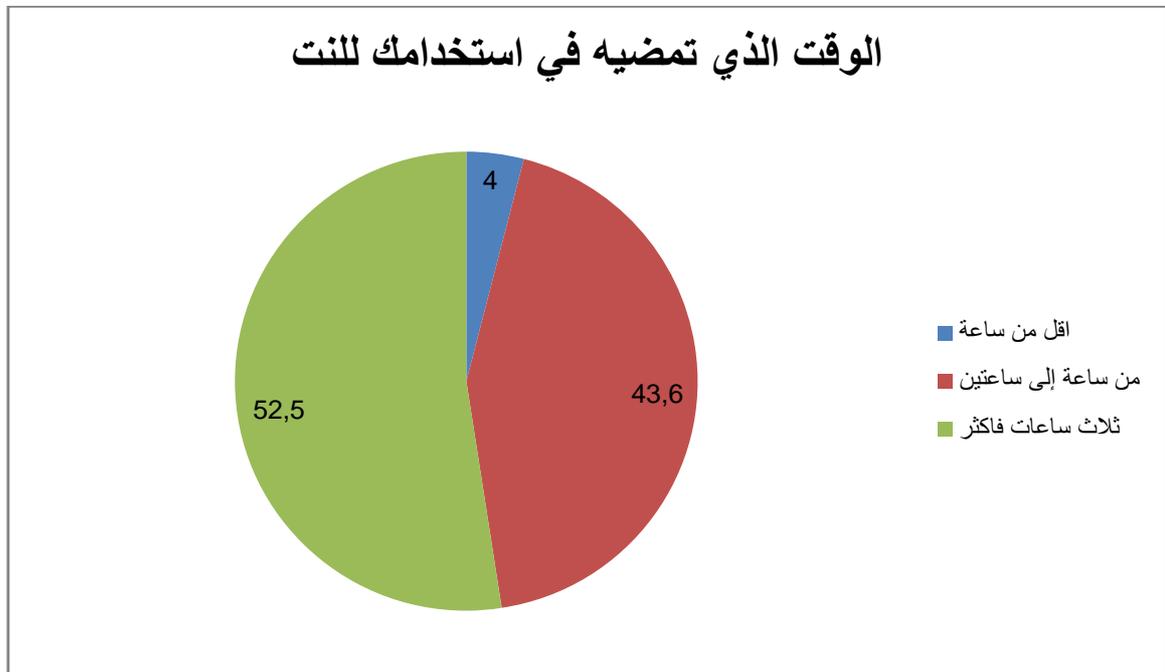
يوضح الجدول الإحصائي المكان المفضل لدى المبحوثين لتصفح النت إذ يفضل الطلبة التصفح في المنزل بنسبة 86.1% وذلك راجع لوجود شبكة الانترنت في المنازل لديه مشاغل ووظائف في

الجامعة، وليس لديه وقت للتصفح غير المنزل، كما سجلنا بنسبة 7.9% يفضلون تصفحه في الجامعة لأن أغلب أوقاتهم منشغلون في الدراسة وعدم توفرهم لشبكة الانترنت، وجاءت نسبة 4% لم يحددوا مكان تصفحهم، وأخيرا جاءت بنسبة ضئيلة قدرت بـ 2% يتصفحون النت في مقهى الانترنت ويرجع ذلك لانشغالهم بأعمالهم الخاصة داخل مكاتبهم بعيدا عنها.

نستنتج من خلال تحليل هذه النتائج أن أغلب المبحوثين يتصفحون النت في المنزل لأسباب معينة تفرغهم من أشغالهم، مشاهدة الأفلام، الاستماع للاغاني، توفر الانترنت في المنزل عند أغلبية المبحوثين، الحصول على قسط كافي من الراحة، تخلصهم من القيود الدراسية والشعور بالإرتياحية والحرية.

الجدول رقم (7): الوقت الذي تمضيه في استخدامك للنت.

النسبة %	التكرار	الخيارات
4%	4	اقل من ساعة
43.6%	44	من ساعة إلى ساعتين
52.5%	53	3 ساعات فأكثر
100%	101	المجموع



من خلال معطيات الجدول الإحصائي يتبين أن الوقت الذي يمضيه الطالب الجامعي في استخدامه للنت من 3 ساعات فأكثر بنسبة 52.5% ويرجع ذلك إلى:

متطلبات الدوام الدراسي اليومي، أن النث هو فقط مصدر الإعلام الالكتروني، كما يوجد من الطلبة من يستغرق من ساعة إلى ساعتين بنسبة 43.6% وذلك راجع إلى استخدامهم للنت في المحادثات.

و في الأخير نسبة 4% من المبحوثين يستخدمون النث أقل من ساعة كحد لبداية الإدمان بمعنى أن أغلب الطلبة لم يصلوا حد الإدمان الالكتروني.

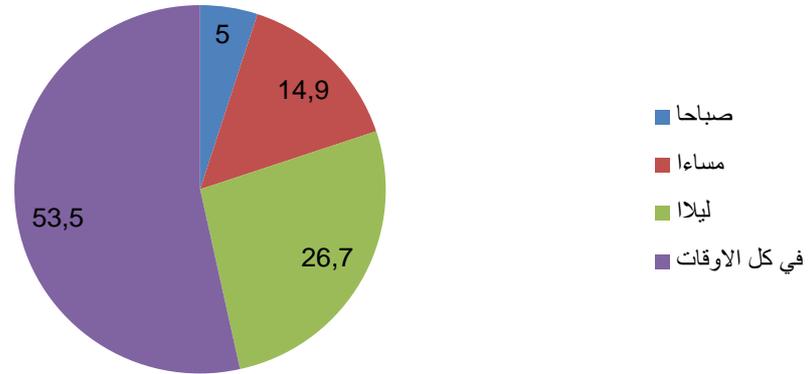
ومنه فالوقت الذي يمضيه المبحوثين في استخدامهم للنت هو أكثر من 3 ساعات وذلك من أجل مواكبة الأحداث والمستجدات العالمية وربط العلاقات بين الظواهر وأن ارتياد النث عادة لا يرتبط بالهدف أو الوقت بل بظروف التصفح أكثر.

حيث نلاحظ في السنوات الأخيرة اغتراب اجتماعي وثقافي في الجامعة الجزائرية أو في المجتمع الجزائري وهو عزلة والاستخدام المفرط للهاتف الذكي.

الجدول رقم(8): الأوقات التي تستعمل فيها النث.

الخيارات	التكرار	النسبة
صباحا	5	5%
مساء	15	14.9%
ليلا	27	26.7%
في كل الأوقات	54	53.5%
المجموع	1001	100%

توزيع الأوقات التي تستعمل فيها النت



انطلاقا من المعطيات الإحصائية للجدول يتبين أن استعمال النت من طرف الطالب الجامعي يكون في كل الأوقات بنسبة 53.5% وهذا يعود إلى أن العودة للنت تفرضها متطلبات مختلفة علمية منها واجتماعية وحتى بدافع الفضول، ثم يأتي في المرتبة الثانية الاستعمال الليلي للنت بنسبة 26.7% ويرجع ذلك إلى أن الطلبة يكونون خارج الدوام الرسمي للدراسة.

أن هذه الفترة فترة الاسترخاء والتواصل مع الأصدقاء والأهل، إلى جانب أشكال الترفيه الأخرى.

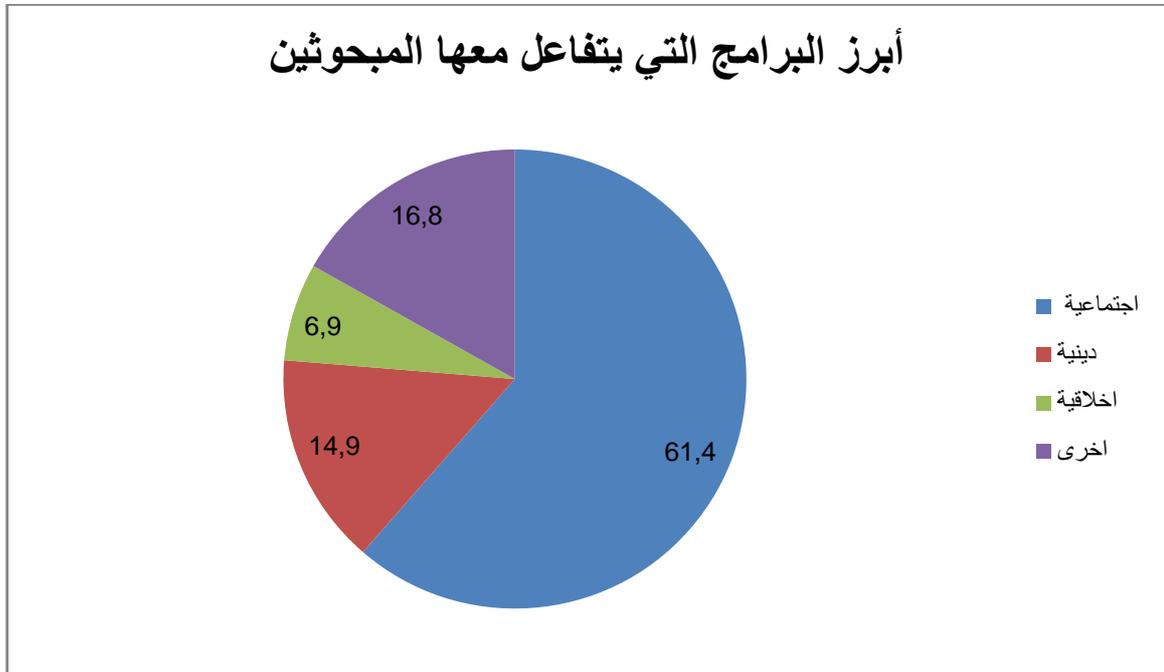
بينما يتم تصفح النت مساء بنسبة 14.9% وهي نسبة ضئيلة لان الطالب يكون في فترة استرجاع الأنفاس بعد يوم من الكد والدراسة.

أما الفترة الصباحية فتصفح النت فيها يكون بنسبة 5 وهي أقل الفترات ارتياد للنت، ويرجع ذلك إلى قصر المدة الفاصلة بين النشاطات المختلفة التي يقوم بها الطالب، إضافة إلى الاستعداد ليوم دراسي.

ويمكن إرجاع ذلك إلى أن الشباب الجامعي ليس لديه فترات محددة في استخدامه للنت إذ أن استخدامه يكون عشوائي ولا يتطلب وقت محدد وأن معظمهم غير مسئولين وليس لديهم ارتباطات مما يؤدي وأن معظمهم غير مسئولين وليس لديهم ارتباطات مما يؤدي بهم إلى هذا الاستخدام العشوائي.

الجدول(9): ابرز البرامج التي يتفاعل معها المبحوثين.

النسبة	التكرار	الخيارات
61.4%	62	اجتماعية
14.9%	15	دينية
6.9%	7	أخلاقية
16.8%	17	أخرى
100%	101	المجموع



نلاحظ من خلال تكرارات الجدول الإحصائي أن الباحثين يتفاعلون مع البرامج الاجتماعية بنسبة 61.4% لأن أغلبهم لهم ميولات لهذه البرامج لمعرفة ما يدور بواقعهم، وفي المرتبة الثانية بنسبة 16.8% لم تحدد إجاباتهم وهذا راجع إلى رغبة كل طالب، أما في المرتبة الثالثة البرامج الدينية بنسبة 14.9% وهذا راجع إلى رغبة المبحوثين في اختيار الإجابة وفي المرتبة الأخيرة البرامج الأخلاقية بنسبة 6.9% وذلك حسب إجابة المبحوثين.

وعليه فالبرامج الغالبة هي البرامج الاجتماعية بنسبة 61.4% بسبب قيمة تلك البرامج ولأن مواضيعها أكثر إثارة وتشويق وتعالج قضايا وظواهر اجتماعية تكون اقرب لواقع الطلبة أو قد تعرضوا لها في حياتهم.

إذ يعد هذا النوع من البرامج الأكثر انتشاراً، فيشمل برامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية، الموجهة للشباب والأطفال أو المرأة وغيرها من البرامج الموجهة للأسرة (بغدادباي، 2020، ص505).

الجدول (10): تفاعل المبحوثين يتم عبر فضاء.

الاختيارات	التكرار	النسبة
مواقع التواصل الاجتماعي	100	99%
المنتديات	0	0%
الصحافة الالكترونية	0	0%
المدونات	0	0%
أخرى	1	1%
المجموع	101	100%



يوضح الجدول الإحصائي تفاعل المبحوثين يتم عبر فضاءات مختلفة، إذ جاءت مواقع التواصل الاجتماعي بأكبر نسبة وقدرت بـ 99% وهذا راجع إلى سهولة تفاعلهم بالمواقع الاجتماعية وتواصلهم مع الأصدقاء وأفراد العائلة وتليها في المرتبة الثانية أخرى بنسبة 1 لم يحددوا الإجابة وهذا راجع لتعدد المواقع التي يستخدمونها مثل الانستغرام.

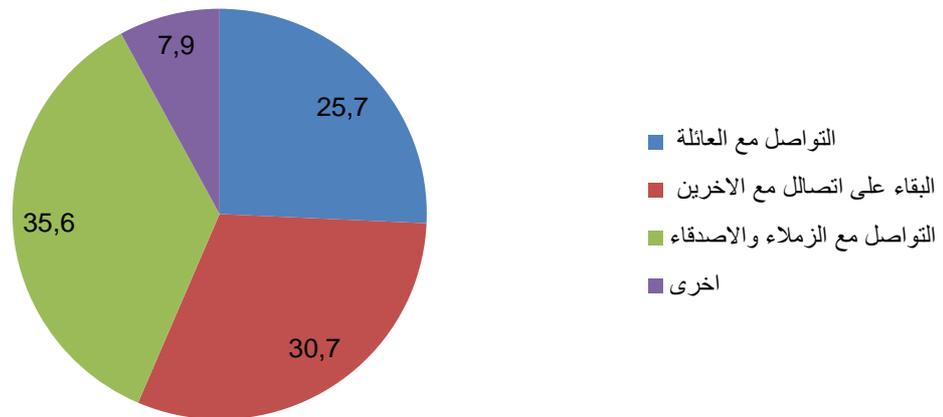
وجاءت في نفس المرتبة بنسبة 0% المنتديات والصحافة الالكترونية وهذا راجع لصعوبة الولوج لمثل هذه الفضاءات.

ونسنتج من خلال هذه النتائج أن معظم الطلبة المبحوثين يتفاعلون عبر مواقع التواصل الاجتماعي لان معظم الشبكات الاجتماعية تسمح للمستخدمين بإنشاء مجموعات وتسمح للطلبة بالتواصل مع أصدقائهم سواء داخل البلد أو خارجه وتبادل الآراء والمعلومات في مختلف القضايا، كما ساعدت هذه المواقع المبحوثين في كسب المال من خلال صناعة محتويات أو الترويج لسلع أو عملية التبادل التجاري عبر المواقع وكسب زبائن جدد.

الجدول رقم(11): القيمة الأخلاقية التي يكتسبها المبحوثين من هذا الفضاء.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التواصل مع العائلة	26	25.7%
البقاء على اتصال مع الآخرين	31	30.7%
التواصل مع الزملاء والأصدقاء	36	35.6%
أخرى	8	7.9%
المجموع	101	100%

توزيع القيمة الأخلاقية التي يكتسبها المبحوثين من هذا الفضاء



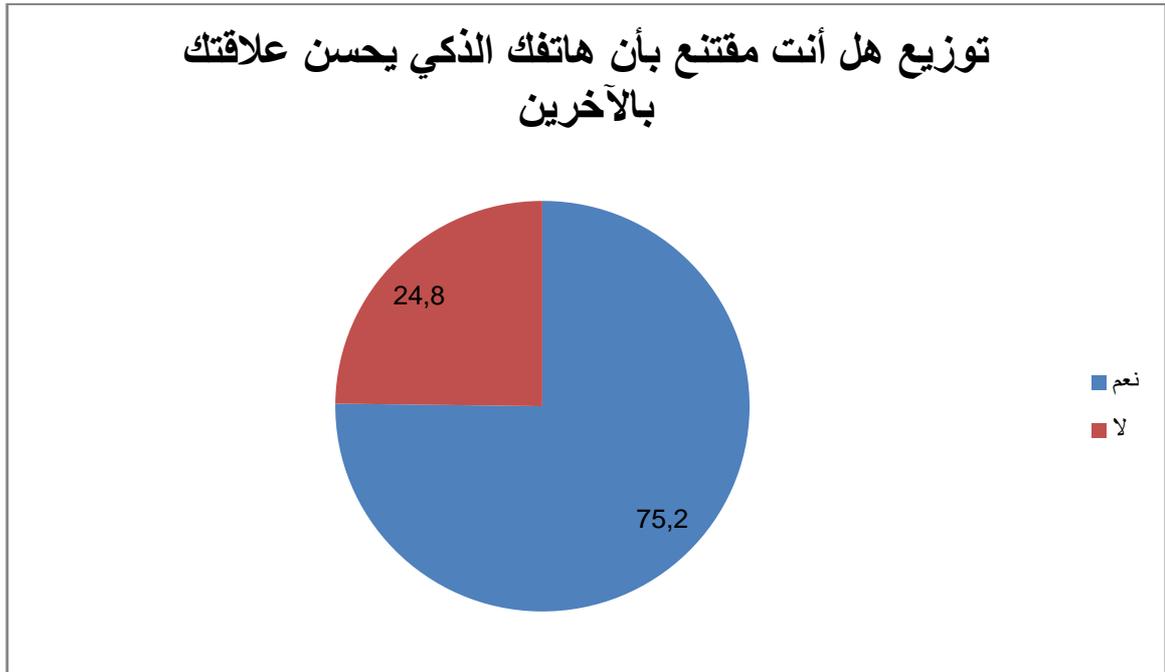
يوضح الجدول أعلاه أن القيمة الأخلاقية التي يكتسبها المبحوثين من هذا الفضاء مختلفة ومتعددة منها:

التواصل مع الزملاء والأصدقاء بنسبة كبيرة قدرت بـ 35.6% وذلك لمعرفة الأخبار وتبادل الآراء فيما بينهم والمحافظة على علاقات الصداقة ثم تليها البقاء على اتصال مع الآخرين بنسبة 30.7% من أجل تلبية الحاجات أو المساعدات سواء كانت المادية أو المعنوية، ثم التواصل مع العائلة بنسبة 25.7% للاطمئنان على الأهل والإخوة ومعرفة أحوالهم ومختلف أخبارهم ، ثم جاءت بنسبة 7.9% فئة أخرى غير محددة إجاباتهم.

نستنتج من خلال هذه النتائج أن التواصل مع الأصدقاء جاءت بنسبة كبيرة وهذا راجع إلى حرص الطلبة على التفاعل مع ما ينشر عن القيم الأخلاقية عبر مواقع التواصل الاجتماعية مثلا، ومساهمتهم في نشر بعض القيم من خلال إضافة بعض المواضيع ذات الصلة وأخبار الأصدقاء والزملاء من جهة أخرى في ملا الفراغ والترويح عن النفس في ضل غياب الأهل. وهذا ما يتوافق مع فروض نظرية الاستخدامات والإشباع حيث ترى هذه النظرية أن الجمهور يختار الوسائل التي تحقق إشباعاته.

الجدول(12): هل أنت مقتنع بأن هاتفك الذكي يحسن علاقتك بالآخرين.

إذا كانت إجابتك بنعم			النسبة	التكرار	الإجابة
النسبة	التكرار	الإجابة			
35.38%	46	أفراد الأسرة	75.2%	76	نعم
33.07%	43	الزملاء	24.8%	25	لا
11.53%	15	الأساتذة	100%	101	المجموع
20%	26	أخرى			
100%	130	المجموع			



يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 75.2% مقتنعون بأن هاتفهم الذكي يحسن علاقتهم بالآخرين كما نجد 24.8% من المبحوثين غير مقتنعين بأن هاتفهم الذكي يحسن علاقتهم بالآخرين.

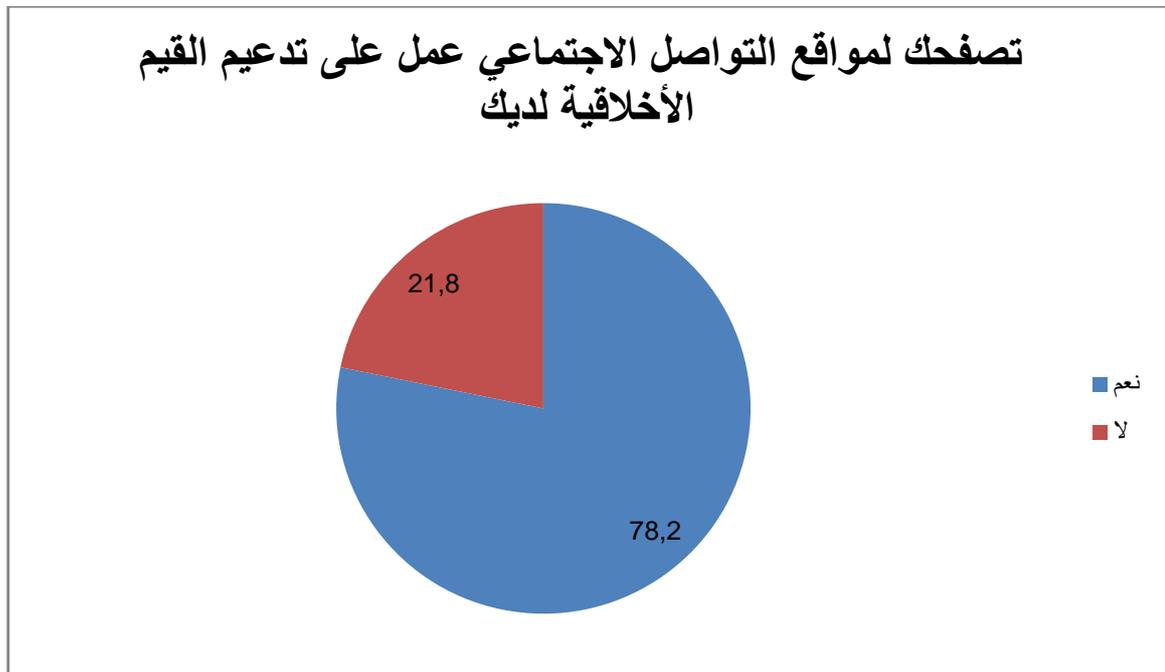
حيث يؤكد بنسبة 35.38% من المبحوثين أن هاتفهم الذكي يحسن علاقتهم مع أفراد الأسرة وذلك من أجل تقريب المسافة بينهم ومعرفة أخبارهم ومشاركة أسرار بعضهم، وتليها في المرتبة الثانية الزملاء بنسبة 33.7% ويعود هذا الاقتناع إلى أن الهاتف النقال يحسن العلاقات مع الزملاء من طرف المبحوثين عندما يكونوا دائمي الاتصال يضعون حدا للنيات السيئة وسوء الفهم، كما يبررون المواقف ولا يدعون الفرصة لتكوين الأحقادوتليها فئة غير محددة من الطلبة لم تحدد إجاباتهم قدرت ب20، ثم جاءت نسبة 11.53% من المبحوثين يرون بأن هاتفهم الذكي يحسن علاقتهم مع الأساتذة بنسبة ضئيلة وذلك خلال فترة الدراسة فقط.

نستنتج من خلال هذه النتائج بأن أغلبية الطلبة مقتنعون بأن هاتفهم الذكي يحسن علاقتهم مع أفراد الأسرة وذلك راجع إلى تحسين العلاقات بين الأهل، ومن هذا النوع من الاقتناع فإن الهاتف الذكي يحسن العلاقات ويدفع إلى مستويات الثقة والاحترام ونبد ما يدعو إلى الخلاف.

ملاحظة: التكرار أكبر من العينة (130 أكبر من 101) لأن السؤال يحتمل أكثر من اختيار.

الجدول (13): هل تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي تعمل على تدعيم القيم الأخلاقية لديك.

إذا كانت إجابتك بنعم		الاختيارات	النسبة	التكرار	الإجابة
النسبة	التكرار				
68.75%	55	تقوية تقدير الذات	78.2	79	نعم
28.75%	23	ترسيخ التضامن	21.8%	22	لا
2.5%	2	تفرض الأمانة	100%	101	المجموع
100%	80	المجموع			



نلاحظ أن التكرار أصغر من العينة وذلك راجع لعدم تكرار اختيارات الباحثين.

انطلاقاً من المعطيات الإحصائية للجدول يتبين أن مواقع التواصل الاجتماعي عمل على تدعيم القيم الأخلاقية لدى الباحثين بنسبة 78.2% وهذا ما أكدته إجابات الباحثين في المقابلة، حيث يرى أن

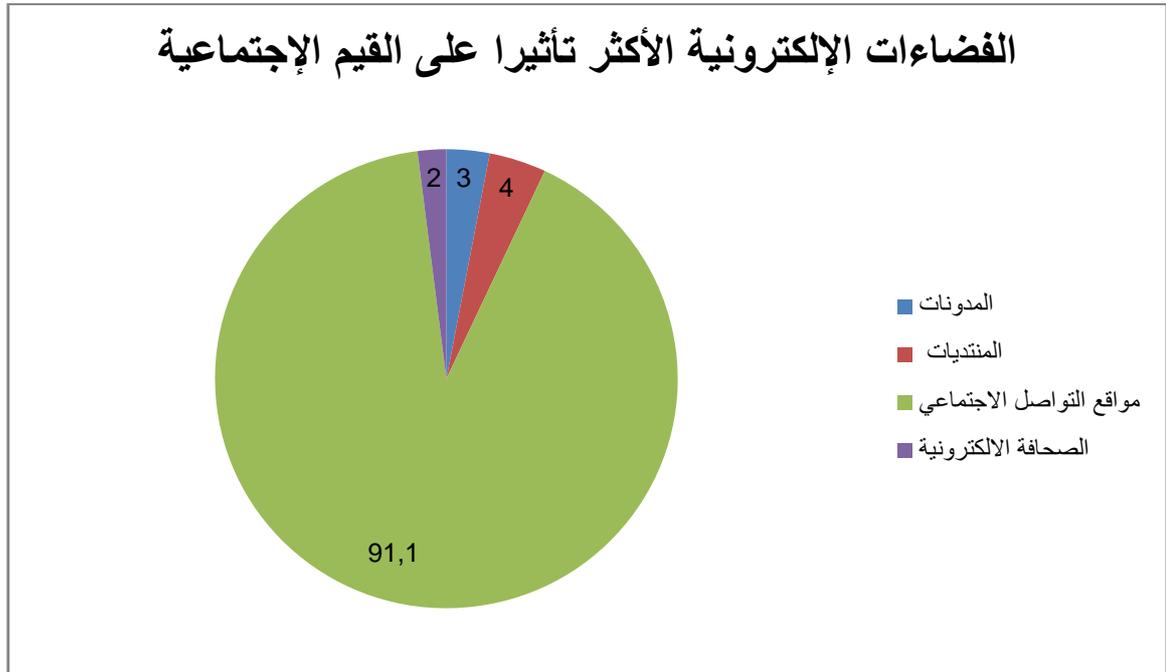
البعض من القيم وليس الكل لأن أغلب القيم الأخلاقية في النث معادية للعادات والتقاليد، وفي المقابل 21.8% من المبحوثين يرون غير ذلك حيث يؤكد 68.75% من المبحوثين أن مواقع التواصل الاجتماعي عملت على تقوية وتقدير الذات، باعتبارها من القيم التي تساعد الفرد على تحقيق طموحاته والأهداف التي يسعى إليها.

تليها في المرتبة الثانية ترسيخ التضامن بنسبة 28.75% ذلك باعتبار أن التضامن هو أساس العلاقات الدولية وليس من أساس علاقة الأفراد فيما بينهم، وجاءت في المرتبة الأخيرة تفرص الأمانة بنسبة ضئيلة وقدرت بنسبة 2.5%.

نستنتج من خلال هذه النتائج أن أغلبية المبحوثين يكتسبون قيمة تقوية تقدير الذات لأنها من القيم التي تجعلهم يشعرون بالثقة في النفس وقدرتهم على القيام بالمشاريع والأعمال التي يريدون تحقيقها. "فتقدير الذات عبارة عن تقييم يكونه الفرد عن نفسه ويصدره عنها" (عثمان الصمادي، عبد الرحمن السعود، 2018، ص8).

الجدول (14): الفضاءات الإلكترونية الأكثر تأثيراً على القيم الاجتماعية:

الخيارات	التكرار	النسبة
المدونات	3	3%
المنتديات	4	4%
مواقع التواصل الاجتماعي	92	91.1%
الصحافة الإلكترونية	2	2%
المجموع	101	100%



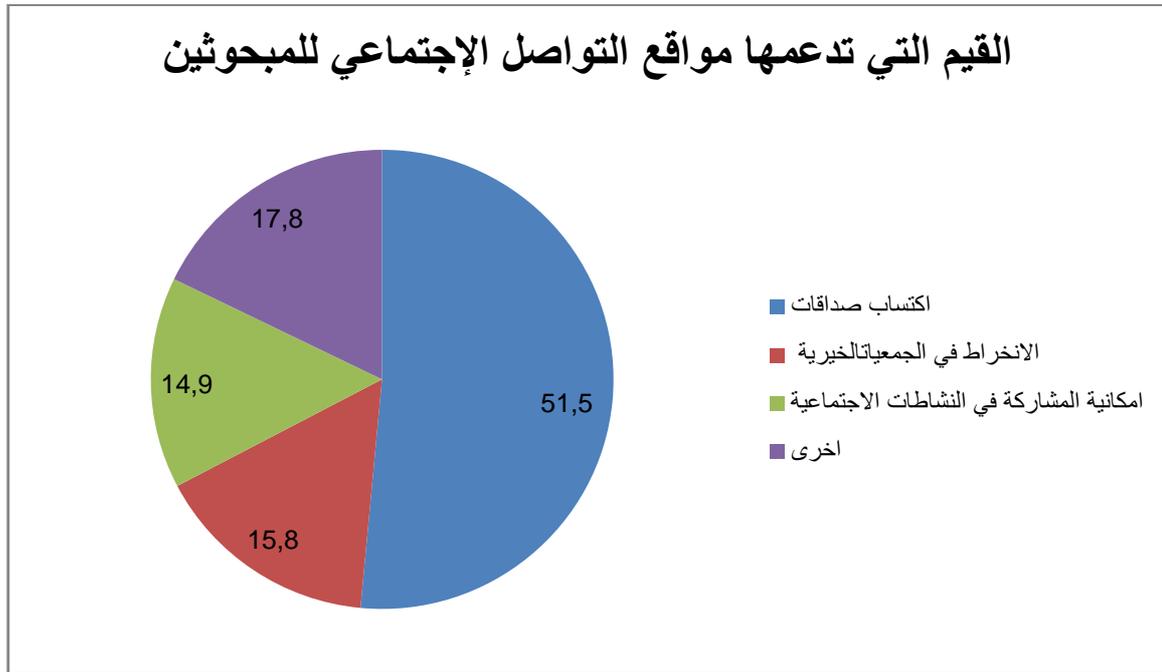
نلاحظ من خلال معطيات الجدول الإحصائي أن مواقع التواصل الاجتماعي تمثل الفضاء الأكثر تأثيراً على القيم الاجتماعية لدى المبحوثين، حيث جاءت بنسبة 91.1% وهذا راجع لانتشارها الواسع واستقطابها لجمهور واسع حيث صارت تشكل شبكة اجتماعية افتراضية كاملة، يتبادل أفرادها الاهتمامات والأنشطة المتعددة غير شبكة الفيسبوك، يليها الفضاء الثاني وهي المنتديات بنسبة 4% وذلك لأن هذه المنتديات على اختلافها التفاعل فيها يكون مع الآخرين غير معروفين في الغالب ومن مختلف الثقافات وبلغات متعددة تتناقش فيها مواضيع مجردة ومختلفة لذلك نجد أن الطلبة لا يميلون لها، في حين أن المدونات الإلكترونية جاءت بنسبة منخفضة قدرت بـ 3% وتقل النسبة لأن المدونات الإلكترونية تناقش مواضيع التخصص وبمستوى عالي من التحليل وأخيراً جاءت الصحافة الإلكترونية بنسبة ضئيلة جداً قدرت بـ 2% حيث نجد أن الطلبة الجامعيين يتجنبونها لصعوبة استخدامها.

نستنتج من خلال هذه النتائج بأن مواقع التواصل الاجتماعي هو الفضاء الأكثر تأثيراً على القيم الاجتماعية لأنها صنعت قفزة نوعية في عالم الأخبار والمعلومات بحيث أصبح بالإمكان من خلالها معرفة ما يدور من أحداث حول العالم، بالإضافة التعرف إلى معلومات جديدة التي تهتم الشخص. ومعنى ذلك أن الفضاءات تخضع لما هو متوفر من وسيلة. "وأن مواقع التواصل الاجتماعي تؤدي دوراً محورياً مهماً في بناء منظومة الوعي الفكري والقيمي لأفراد المجتمع خاصة الشباب لتميزه بالاستقلالية حيث أن المواقع

تعطي للمستخدمين فرصة إنشاء بيئة جديدة تسمح بإبداء الآراء وإثارة القضايا للنقاش، وتبني وجهات النظر والدفاع عن القناعات والقضايا وبناء كيانات اجتماعية وربط أصحاب الاهتمام الواحد وإتاحة الفرصة للبحث عن الأصدقاء ومشاركة الأنشطة وتكوين علاقات اجتماعية افتراضية". (التمهيش من موقع <https://core.uk/download/pdf/130674106.pdf.03/06/2023.23:30.>)

الجدول رقم (15): القيم التي تدعمها مواقع التواصل الاجتماعي للمبحوثين.

النسبة	التكرارات	الخيارات
51.5%	52	اكتساب صداقات
15.8%	16	الانخراط في الجمعيات الخيرية
14.9%	15	إمكانية المشاركة في النشاطات الاجتماعية
17.8%	18	أخرى



نلاحظ من معطيات الجدول الإحصائي أن مواقع التواصل الاجتماعي تدعم عديد القيم الاجتماعية، يأتي في مقدمتها اكتساب الصداقات بنسبة 51.5% لأن ابرز خدمة في هذه المواقع هي التواصل مع الغير، وحتى هذه العملية المتمثلة في التواصل تتم وفق ضوابط ومعايير كأداب الحوار والاحترام وتقدير المحاور الآخر وهي قيم اجتماعية عابرة للحدود، والقوميات والثقافات، ثم تليها أخرى

بنسبة %17.8 وهي فئة من المبحوثين لم تحدد إجاباتهم، ثم جاءت في المرتبة الثالثة الانخراط في الجمعيات الخيرية بنسبة %15.8 سواء في نشر الصور والمعلومات المفقودين أو نداءات التبرع بالدم وتقديم ملابس العيد وغيرها من نماذج الهبات عبر هذه المواقع، وجاءت في المرتبة الأخيرة إمكانية المشاركة في النشاطات الاجتماعية بنسبة %14.9 وهذا ما يبرز أن المجتمع هو حيز لأفعال اجتماعية متوافقة مع قيم اجتماعية لها خاصية الضبط الاجتماعي.

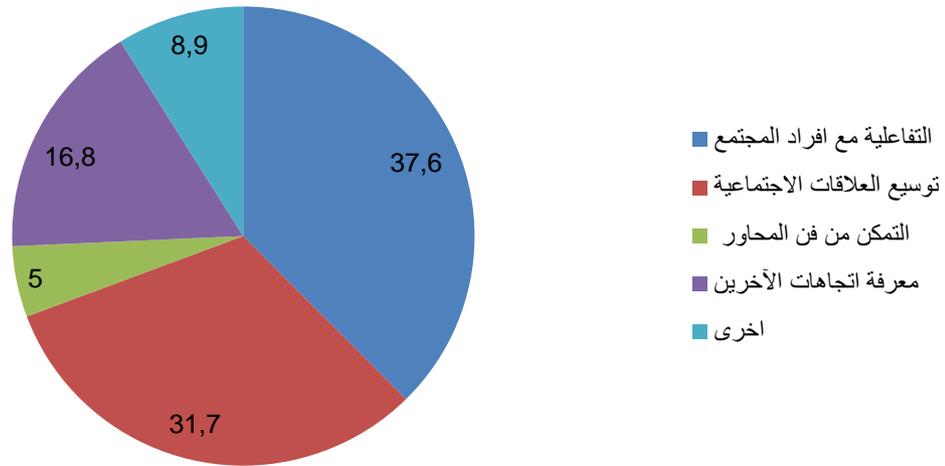
ومعنى ذلك أن مواقع التواصل الاجتماعي تدعم عديد القيم الاجتماعية التي من خلالها يكتسب المبحوثين صداقاتهم وهذا ما أكدته إجابة المبحوثين في المقابلة لأن الفيسبوك من مواقع التواصل الاجتماعي الأكثر بروزاً لدى الطلبة والتي تتلقى الإجماع في التصفح، لأنه يحتوي على خاصية الوضع المجاني ما يساعد الطلبة على الولوج دون تكلفة.

نستنتج من خلال هذه النتائج أن القيم التي تدعمها مواقع التواصل الاجتماعي هي اكتساب الصداقات لأنها قابلة اجتماعية في الفضاء الافتراضي سواء طلب للعلم أو تبادل للأفكار ولبناء الثقة في الذات وفي الآخرين، وهي قيمة أخلاقية تتجاوز الحدود الاجتماعية على اختلاف الثقافات.

الجدول رقم(16): تعلم المبحوثين من مواقع التواصل الاجتماعي عادة.

الاختيارات	التكرارات	النسبة
التفاعلية مع أفراد المجتمع	38	%37.6
توسيع العلاقات الاجتماعية	32	%31.7
التمكن من فن التحاور	5	%5
معرفة اتجاهات الآخرين	17	%16.8
أخرى	9	%8.9
المجموع	101	%100

تعلم المبحوثين من مواقع التواصل الاجتماعي عادة



يوضح الجدول أعلاه تعلم المبحوثين من مواقع التواصل الاجتماعي عادة حيث جاءت التفاعلية مع أفراد المجتمع بنسبة كبيرة قدرت بـ 37.6% لأن الطالب الجامعي يسعى بان يبرز كفاعل مع أفراد مجتمعه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق مصالح واحتياجات منهم، وتليها في المرتبة الثانية توسيع العلاقات الاجتماعية حيث قدرت نسبتها بـ 31.7 راجع إلى رغبة الطالب الجامعي في توسيع دائرة علاقاته ومعارفه لأنه كائن إجماعي بطبعه وبحاجة إلى أشخاص في حياته للخروج من العزلة والوحدة.

ثم جاءت معرفة اتجاهات الآخرين بنسبة 16.8% وهذا راجع إلى هؤلاء الطلبة يريدون معرفة اتجاهات أشخاص آخرين ربما يكونوا مشتركين في نفس الاتجاهات قد تخدم مصالحهم.

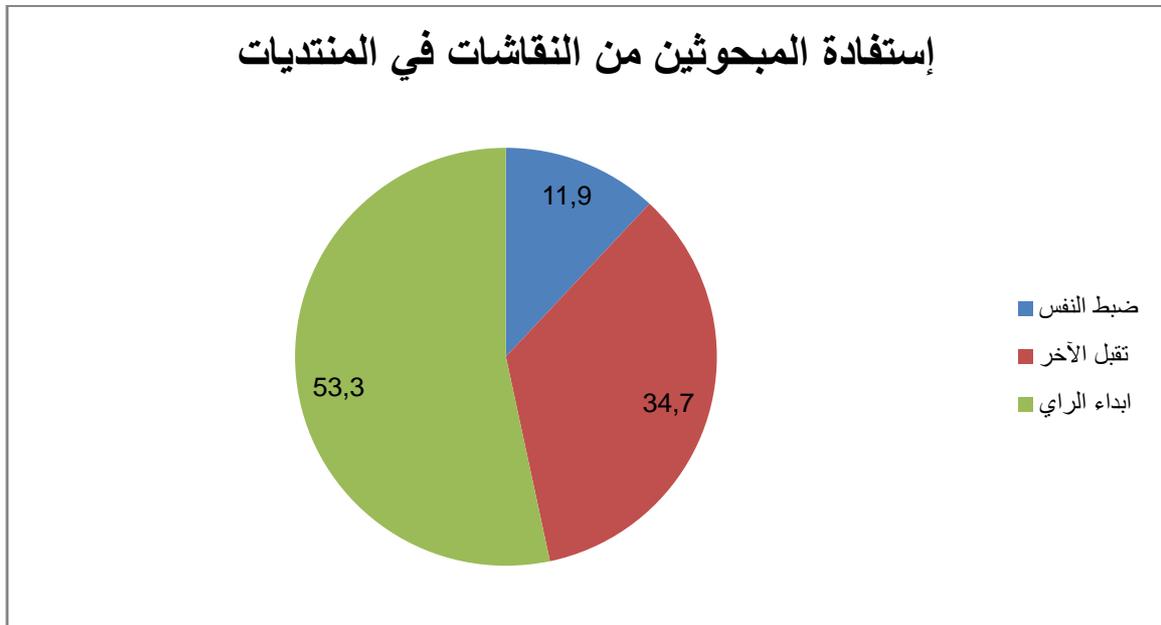
ثم جاءت أخرى بنسبة 8.9% حيث أنهم لما يحدد إجاباتهم.

وفي الأخيرالتمكن من فن التماور جاءت بنسبة 5% وذلك أن هؤلاء الطلبة ليس لديهم ثقافة التماور وفتح نقاشات مع الآخرين.

نستنتج من خلال هذه النتائج أن الطلبة المبحوثين يتعلمون التفاعلية مع أفراد المجتمع من خلال مواقع التواصل الاجتماعية لان الفرد عندما يكون صداقات مع الناس سيقوم بفعل بعض النشاطات سويا، فهذا الأمر يخلق لهم جوانب المتعة والألفة ويساعدهم على تقوية العلاقات مع مرور الوقت والتفاعلية تكسب الثقة وعدم الخوف من الآخرين، تقبلهم وتقبل كل الانتقادات التي يوجهونها لهم.

الجدول رقم (17): استفادة المبحوثين من النقاشات في المنتديات.

الاختيارات	التكرارات	النسبة
ضبط النفس	12	%11.9
تقبل الآخر	35	%34.7
إبداء الرأي	54	%53.5
المجموع	101	%100

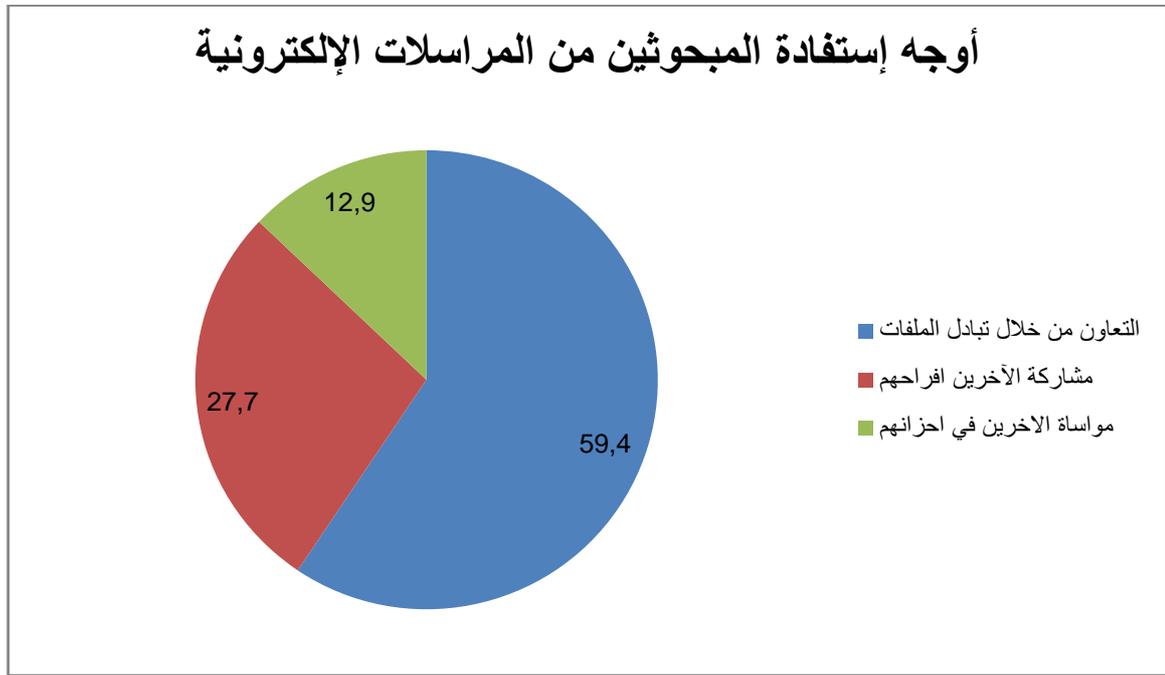


تبين بيانات هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين استطاعوا أن يقدموا آرائهم من النقاشات في المنتديات حيث قدرت نسبتهم بـ %53.5 وذلك من أجل إبداء آرائهم حول القضايا المطروحة وتليها تقبل الآخر بنسبة %34.7 بالرغم من أن رأي الآخرين ليس بالضرورة صائبا ويعود ذلك إلى أنه لا أحد يمتلك الصواب المطلق في المواضيع والقضايا المطروحة ولذلك على الطلبة أخذ ذلك بعين الاعتبار، وفي الأخير جاءت بنسبة %11.9 وهي قيمة ذاتية تبعد الأفراد عن الصراع، وتجاوز تناقض وجهات النظر. وهذا ما أكدته إجابات المبحوثين في المقابلة، أنهم استطاعوا إقناع الآخرين من خلال نقاشهم في المنتديات.

نستنتج من خلال النتائج أن أغلبية الطلبة المبحوثين يستفيدون من النقاشات في المنتديات لإبداء آرائهم لأن هذه الأخيرة تفتح المجال لتفاعل الأفراد مع بعضهم البعض وإبداء آرائهم.

الجدول (18): أوجه استفادة المبحوثين من المراسلات الإلكترونية.

الاختيارات	التكرارات	النسبة
التعاون من خلال تبادل الملفات	60	59.4%
مشاركة الآخرين أفرانهم	28	27.7%
مواساة الآخرين في أحزانهم	13	12.9%
المجموع	101	100%



نلاحظ من خلال تكرارات الجدول والنسبة المئوية أن أوجه استفادة المبحوثين من المراسلات الإلكترونية مختلفة ومتعددة منها:

التعاون من خلال تبادل الملفات بنسبة 59.4% من منطلق أن هذه المراسلات الإلكترونية تسهل جميع أنواع الاتصال والتواصل كتابة وصوتا وصورة، وأخذ الآراء المختلفة إزاء المواضيع والقضايا المطروحة، تليها مشاركة الآخرين أفرانهم بنسبة 27.7% وهذا نوع من التكافل الاجتماعي الذي يميز العلاقات الاجتماعية ويؤسس العادات والتقاليد الحسنة والمحمودة، وأخيرا مواساة الآخرين في أحزانهم

بنسبة 12.9% وهذا نوع من إبداء المشاركة المعنوية للآخرين في ظروفهم الصعبة والذي يمتد إلى الجانب المادي في كثير من الأحيان.

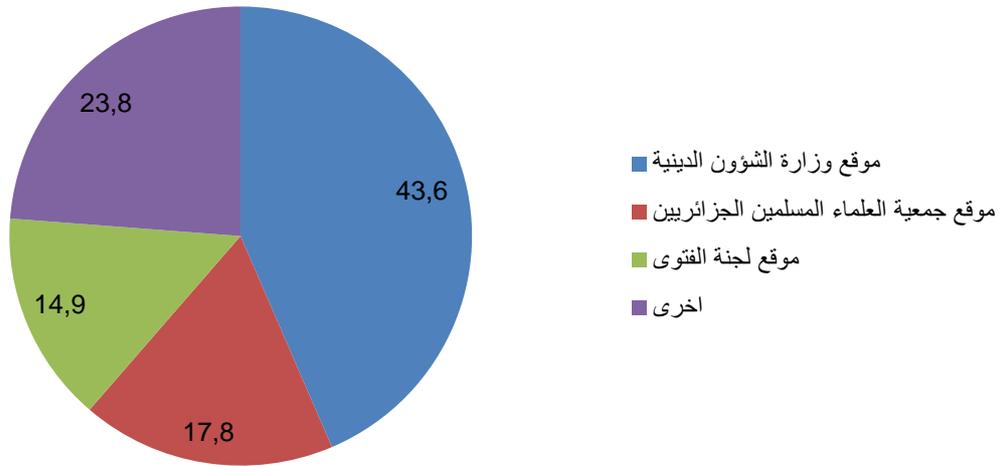
ومعنى ذلك أن الكثير من القيم تلقى الاهتمام من طرف الطالب الجامعي عبر مراسلاته الالكترونية كما قيمه هي التعاون من خلال تبادل الملفات مأيؤهله أن يكون متصلا بمحيطه الاجتماعي مكانا وأطرافا.

وعليه فأوجه الاستفادة من المراسلات الالكترونية تمتد من الجانب الشخصي مرورا بالعلمي الاجتماعي مما يجعل الطالب الجامعي مشاركا وفعالا في أمور حياتية متعددة.

الجدول رقم(19): مواقع الهيئات الدينية الحكومية المسيرة للشؤون الدينية التي يتابعها المبحوثين.

النسبة	التكرارات	الاختيارات
43.6%	44	مواقع وزارة الشؤون الدينية
17.8%	17	موقع جمعية العلماء المسلمين الجزائريين
14.9%	15	موقع لجنة الفتوى
23.8%	24	أخرى
100%	101	المجموع

مواقع الهيئات الدينية الحكومية المسيرة للشؤون الدينية



انطلاقاً من المعطيات الإحصائية للجدول يتبين أن مواقع الهيئات الدينية الحكومية المسيرة للشؤون الدينية المتابعة من طرف الطلبة الجامعيين مختلفة ومتعددة ويبرز ذلك في:

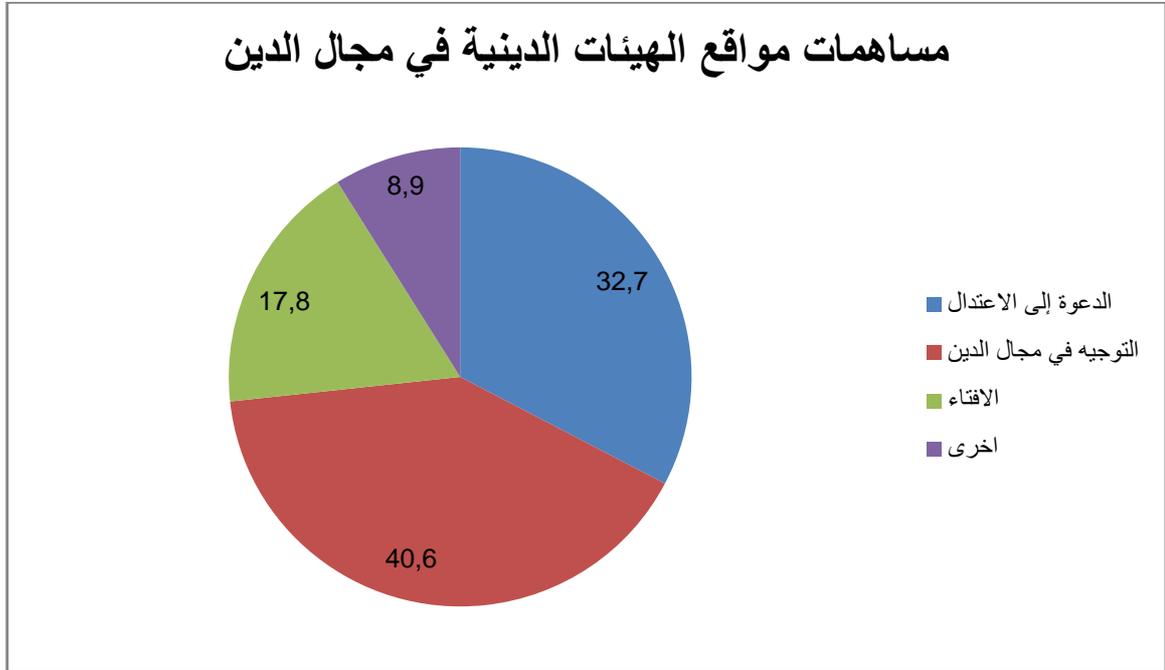
موقع وزارة الشؤون الدينية بنسبة 43.6% لأنه يشكل مرجعية دينية داخل البلد ثم جاءت فئة أخرى من الطلبة لم تحدد إجابتهم حيث قدرت نسبتهم 23.8% ثم جاء موقع جمعية العلماء المسلمين الجزائريين بنسبة 17.8% ويعود ذلك إلى الرحم التاريخي لهذه الجمعية وقداستها عند الطلبة الذين نالوا من المنهاج التربوي الكثير من القيم الدينية التي تدعو إليها هذه الجمعية وروادها، وفي المرتبة الأخيرة جاء موقع اللجنة الفتوى بنسبة 14.9% وهي حديثة العهد بالظهور وتهتم بالقضايا المستحدثة والقضايا التي هي موضع خلاف.

نستنتج من خلال هذه النتائج أن مواقع الهيئات الدينية الحكومية المسيرة للشؤون الدينية المتابعة من طرف الطلبة المبحوثين تتداخل اختصاصاتها في موقع وزارة الشؤون الدينية وهذا راجع إلى خدمة الدين الإسلامي وترقية لتعاليمه وقيمه في أوساط الشعب والمواطنين وكذلك إحياء الشعائر الدينية المتمثلة عادة في توحيد صلاة الجمعة والحج والمولد النبوي وغير ذلك... "إذ تعتبر وزارة الشؤون الدينية أداة الدولة ووسيلتها في خدمة الحياة الروحية للمواطن المجسدة في دساتيرها وقوانينها وموثيقها

التاريخية (<https://www.marw.dz.22/05/2023.11:14>)

الجدول رقم (20): مساهمات مواقع الهيئات الدينية في مجال الدين.

الاختيارات	التكرارات	النسبة
الدعوة إلى الاعتدال	33	32.7%
التوجيه في مجال الدين	41	40.6%
الإفتاء	18	17.8%
أخرى	9	8.9%
المجموع	101	100%



نلاحظ من خلال تكرارات الجدول الإحصائي والنسبة المئوية أن مواقع الهيئات الدينية الحكومية لها مساهمات متعددة في مجال الدين من وجهة نظر الطلبة الباحثين أهمها:

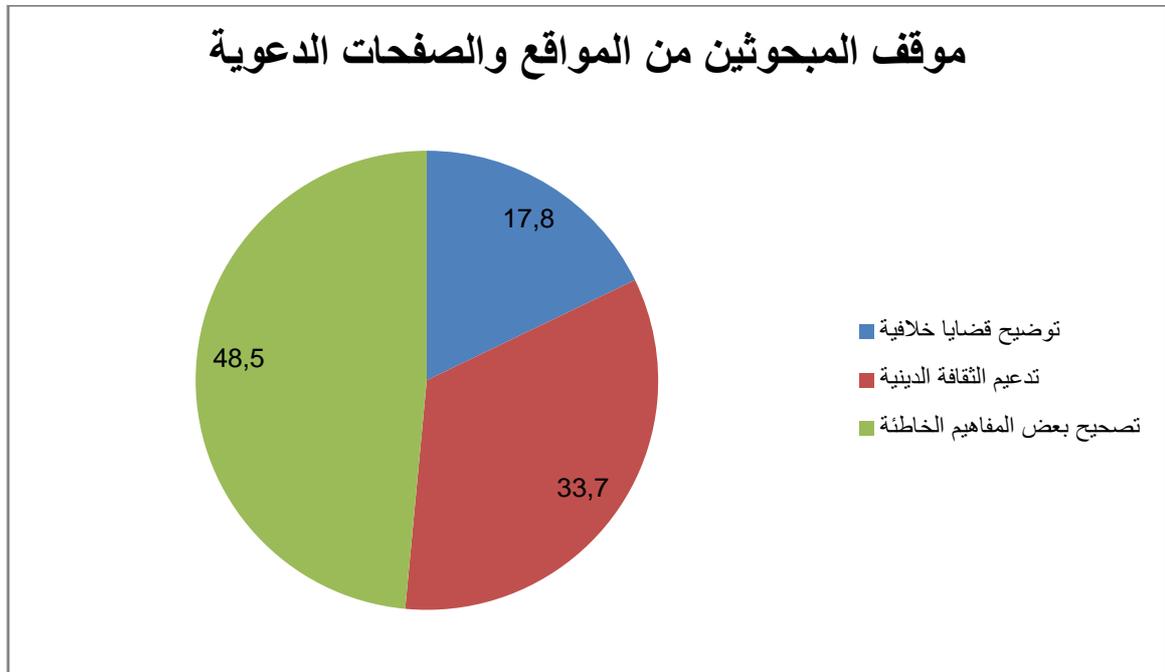
التوجيه في مجال الدين بنسبة 40.6% سواء في القضايا المحسومة بنص القرآن الكريم وكل ماورد في كتاب الله، أو تلك التي كانت محل اجتهادات دينية ثم تليها في المرتبة الثانية الدعوة إلى الاعتدال بنسبة 32.7% وذلك من خلال تقبل الطلبة فكرة الدعوة إلى الاعتدال سواء كان معنوي أو لفظي كاللباس المحتشم داخل الحرم الجامعي ثم تليها الإفتاء بنسبة قدرت بـ 17.8%، حيث أن من المتعارف

عليه انه لم تكن هناك دار للفتوى إلا في الآونة الأخيرة وكذا غياب مرجعية فقهية، ثم جاءت في المرحلة الأخيرة نسبة 8.9% من المبحوثين لم تجدد إجاباتهم.

ومعنى ذلك مواقع الهيئات الدينية الحكومية تساهم في مجال الذين في إيجاد خطاب ديني متجانس ومعتدل ليسود التسامح في المعاملات وعليه فمساهمات هذه الهيئات يؤدي دور تأطير التفكير الديني واستيعاب الممارسات الشاذة في التعاطي مع الذين والتدين.

الجدول(21): موقف المبحوثين من المواقع والصفحات الدعوية:

الاختيارات	التكرارات	النسبة
توضيح قضايا خلافية	18	17.8%
تدعيم الثقافة الدينية	34	33.7%
تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة	49	48.5%
المجموع	101	100%



نلاحظ من خلال تكرارات الجدول الإحصائي الذي يمثل موقف المبحوثين من المواقع والصفحات

الدعوية منها:

تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة جاءت بنسبة كبيرة وقدرت بـ 48.5% لان الطلبة المبحوثين بحاجة إلى مواقع وصفحات دعوية من اجل تصحيح أو إعادة بناء تصور حول قضية أو مفهوم خاطئ متعلق بالدين.

وجاءت في المرتبة الثانية تدعيم الثقافات الدينية وقدرت بـ 33.7% وذلك لأجل توسيع دائرة المعارف المتعلقة بجانبهم الديني.

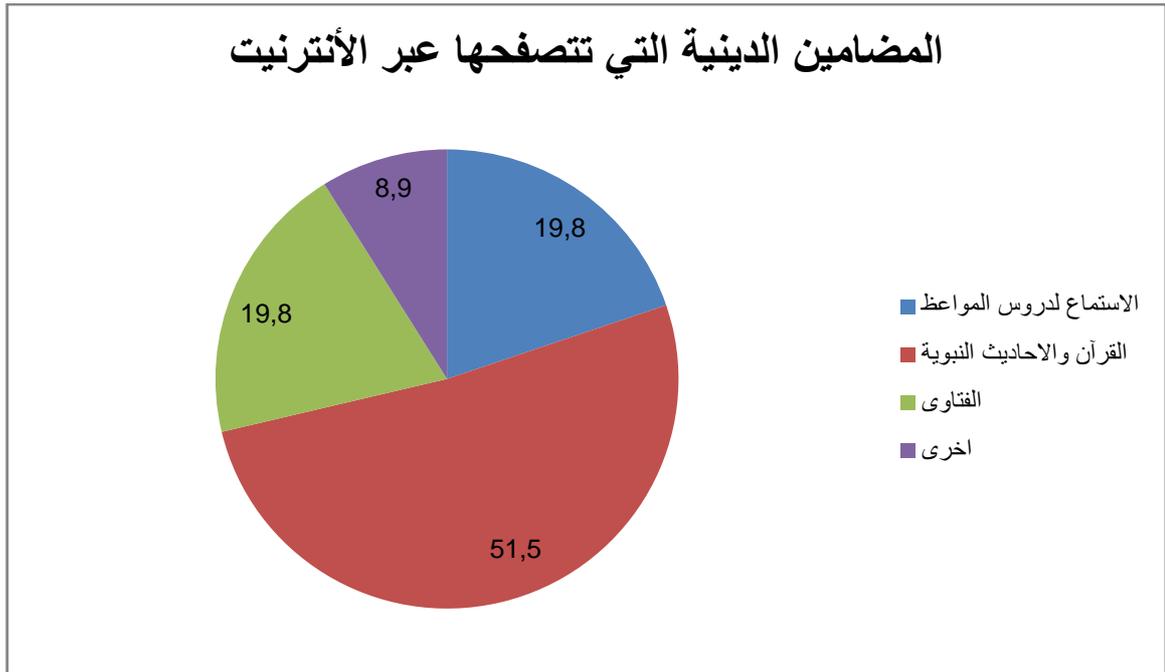
وجاءت في المرتبة الأخيرة توضيح قضايا أخلاقية بنسبة 17.8% باعتبار أن فئة المبحوثين تنتمي لبيئة ذات مرجعية فقهية وعقائدية موحدة.

نستنتج من خلال هذه النتائج أن موقف المبحوثين من المواقع الدعوية اذ طغت نسبتهم في تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة كحكم تصوير الإسلام بصورة مشوهة وانه دين الإرهاب يظلم المرأة وانه دين متشدد والتخلف ولا يمد للحضارة بصلة فيلجا الطلبة لمثل هذه المواقع والصفحات لتصحيح نظرتهم عن الإسلام أو أي مفهوم آخر.

بمعنى أن الصفحات الدينية والمواقع تساهم في تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة.

الجدول رقم (22): المضامين الدينية التي تتصفحها عبر الانترنت.

الاختيارات	التكرارات	النسبة
الاستماع لدروس المواعظ	20	19.8%
القرآن والأحاديث النبوية	52	51.5%
الفتاوى	20	19.8%
أخرى	9	8.9%
المجموع	101	100%



يوضح الجدول أعلاه المضامين الدينية التي يتصفحها المبحوثين عبر الأنترنت متعددة ومختلفة منها القرآن والأحاديث النبوية جاءت بنسبة أكبر قدرت بـ 51.5% وهذا راجع إلى رغبتهم لتقوية وازعهم الديني وتلبها في المرتبة الثانية الاستماع للدروس والمواعظ والفتاوى بنفس النسبة قدرت بـ 19.8% وذلك راجع لرغبتهم في التحقيق والاعتدال في حياتهم.

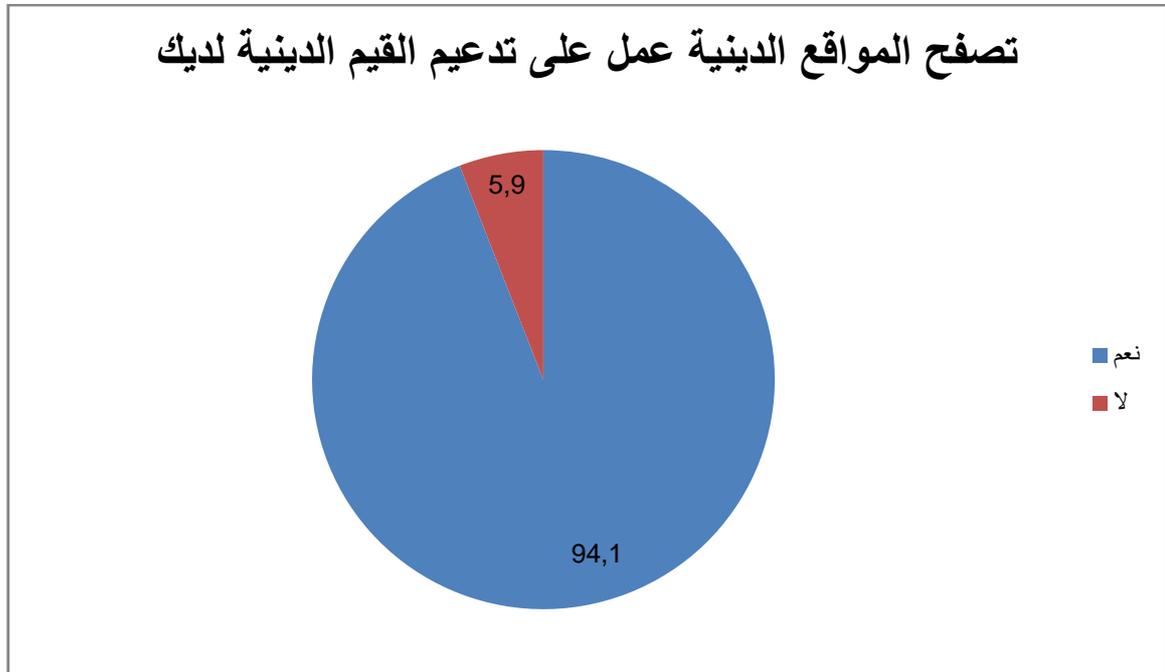
وجاءت في المرتبة الأخيرة أخرى بنسبة 8.9% لم تحدد إجاباتهم نحو هذه المضامين.

نستنتج من خلال المعطيات الواردة في الجدول أن أغلب الطلبة عينة الدراسة يستمعون للقرآن الكريم والأحاديث النبوية باعتبارها مصدران أساسيان في الشريعة الإسلامية يحتويان على الوحي اللاهني المتضمن لمختلف الأحكام الشرعية بالإضافة إلى قصد التعبد بالاستماع إليه ونيل الأجر. وهذا إن دل فإنه يدل على أن هناك وعي لدى الطلبة بقيمة المضامين الدينية المتضمنة عبر مواقع الأنترنت.

وهذا ما يتفق مع نظرية الاستخدامات والإشباع التي تؤكد على أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي يحقق إشباعات متعددة للمبحوثين.

الجدول رقم(23) : تصفح المواقع الدينية عمل على تدعيم القيم الدينية لديك.

اذا كانت إجابتك بنعم			النسبة	التكرار	الإجابة
النسبة	التكرار	الاختيارات			
%31.71	39	العفو والتسامح	94.1	95	نعم
%30.08	37	حب الخير للآخرين	%5.9	6	لا
%20.32	25	الوسطية والاعتدال	%100	101	المجموع
%17.89	22	أخرى			
%100	123	المجموع			



يوضح الجدول أعلاه أن 94.1% من الباحثين أجابوا بنعم دليل على أن تصفحهم للمواقع الدينية

عمل على تدعيم القيم الدينية لديهم وفي المقابل 5.9% من الباحثين أجابوا بلا.

حيث يؤكد نسبة 31.71% من الطلبة المبحوثين على أن مواقع الدينية تعمل على تدعيم قيمة العفو والتسامح لديهم وهذا راجع إلى رغبة الطلبة في نهج الطريق الذي أمر به الله تعالى ورسوله الكريم صلى الله عليه وسلم.

تليها في المرتبة الثانية حب الخير للآخرين وقدرت نسبتها ب30.08% لان هؤلاء الطلبة يجاهدون أنفسهم لمساعدة الغير ويتمنون لهم الخير والسعادة، ثم الوسطية والاعتدال بنسبة 20.32%.

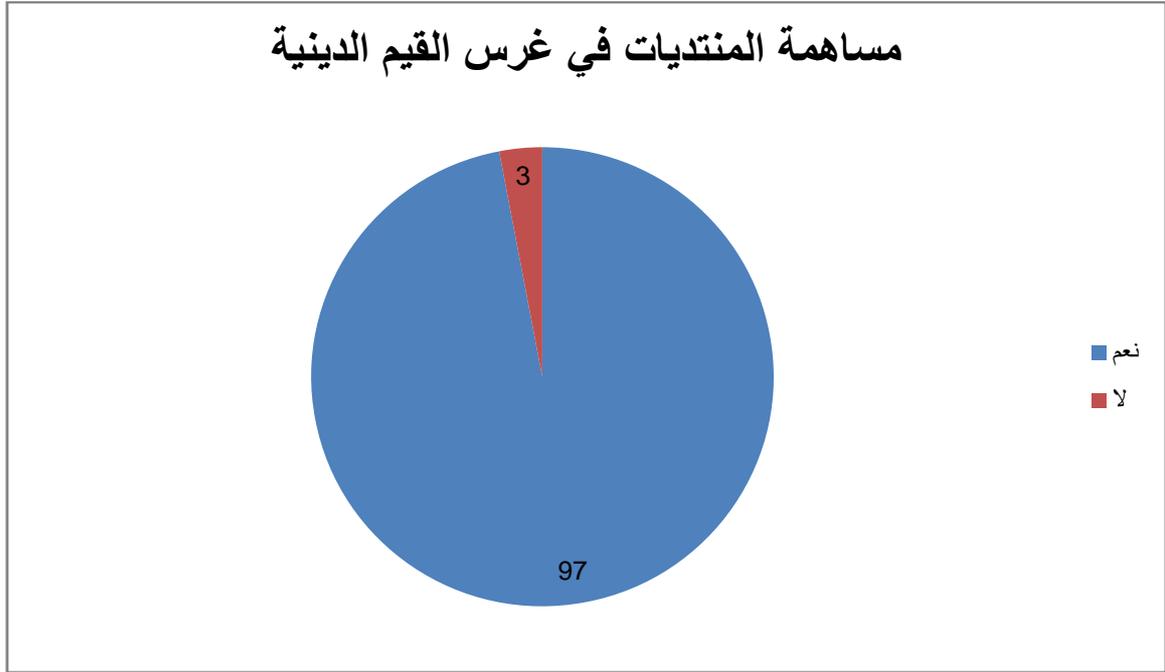
وهذا ما أكده المبحوثين من خلال المقابلة أن المحتوى المعروض على النت يساعد في دعم الوسطية الدينية لأن هناك مواضيع بمثابة محفز يدعم الوسطية لديهم.

ونستنتج من خلال تحليل النتائج أن أغلبية الطلبة المبحوثين اكتسبوا من خلال تصفحهم لمواقع التواصل الاجتماعي قيمة العفو والتسامح باعتبارها القيمة التي يحتاجها الأفراد في المجتمع في عصرنا الحالي نظرا لكثرة الصراعات والخصومات التي تحدث بين الطلبة نتيجة ضعف الحوار والاتصال بينهم. فهذه القيمة قيمة نبيلة أمرنا بها الله تعالى ويجب على الطالب الجامعي التحلي بها ويطبق قوله تعالى " خذ العفو وأمر بالعرف واعرض عن الجاهلين" الأعراف 199.

وهذا ما أكدته نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على أن الفرد يعتمد على وسائل الإعلام لإشباع حاجياته من خلال استخدام الوسيلة وكلما لعبت الوسيلة دور هاماً في حياة الأشخاص زاد تأثيرها وزاد دورها في حياتهم.

الجدول (24): مساهمة المنتديات في غرس القيم الدينية.

إذا كانت إجابتك بنعم			النسبة	التكرار	الإجابة
النسبة	التكرار	الاختيارات			
14.51%	18	إتقان العمل	97	98	نعم
40.32%	50	تماسك أفراد المجتمع	3%	3	لا
41.12%	51	حسن المعاملة	100%	101	المجموع
4.03%	5	أخرى			
100%	80	المجموع			



يوضح الجدول أعلاه أن المنتديات تساهم في غرس القيم الدينية لدى الطلبة المبحوثين قدرت نسبتهم ب 97% في المقابل 3 يرون غير ذلك، حيث يؤكد 41،12% من المبحوثين أن المنتديات تساهم في غرس القيم الدينية من خلال حسن المعاملة وذلك لتعلم الطالب الجامعي طرق وأساليب التعامل مع الآخرين من خلال تقبل الرأي الآخر، وتليها في المرتبة الثانية تماسك أفراد المجتمع بنسبة 32،40% وذلك من أجل مناقشة الروابط المجتمعية والعوامل التي تتحكم فيها سواء كانت هذه العوامل مباشرة أو غير مباشرة، ثم جاءت إتقان العمل بنسبة 14،51% وذلك من أجل العمل بإخلاص وإتقانه ففيه الفوز بالدنيا والآخرة وأنبأ الخصال.

ثم جاءت بنسبة 4،03% من فئة الطلبة لم يحددوا إجاباتهم.

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثين يرون أن المنتديات تساهم في غرس القيم الدينية لديهم وذلك من خلال حسن المعاملة ودليل ذلك في قوله تعالى "وقولوا للناس حسنا" البقرة 83. وحسن التعامل معهم يظهر في التحية والابتسامة والملاطفة والتعاون و خدمة بعضهم البعض والنصح السديد والتغاضي عن العيوب والأخطاء غير المقصودة.

ملاحظة: التكرار اكبر من العينة لأن السؤال يحتمل أكثر من اختيار.

2- النتائج العامة للدراسة الميدانية:

بناء على ما قدمناه من عرض وتفسير وتحليل لبيانات الجدول أو الدراسة الميدانية التي عملنا عليها في هذا الموضوع المعنون " دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الإجتماعية لدى الطالب الجامعي". توصلنا إلى النتائج التالية:

نتائج المحور الأول: البيانات الشخصية

- بينت نتائج الدراسة أن 73.3% من المبحوثين إناث وبنسبة 27.7% ذكور.
- كما وضحت نتائج الدراسة أن أفراد العينة المبحوثة تتراوح أعمارهم من 20 إلى أقل من 23 سنة بنسبة 63.4%.
- كشفت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يدرسون في السنة الثانية ليسانس بنسبة 35.6%.
- وضحت نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين تخصصهم علوم الإعلام والاتصال بنسبة 35.6%.

نتائج المحور الثاني: الإعلام التفاعلي والقيم الأخلاقية

- اتضح من خلال نتائج الدراسة أن أغلبية الطلبة المبحوثين يستعملون الهاتف النقال كوسيلة للتفاعل وذلك بنسبة 81.1%.
- بينت نتائج الجدول أن 86.1% من الطلبة المبحوثين يفضلون تصفح النث في المنزل .
- أوضحت الدراسة أن الوقت المستغرق في استخدام النث لدى الطلبة المبحوثين هو 3 ساعات فأكثر بنسبة 52.5%.
- بينت الدراسة أن الطلبة المبحوثين بنسبة 53.5% يستعملون النث في كل الأوقات.
- كشفت الدراسة أن الطلبة المبحوثين بنسبة 61.4% يتفاعلون مع البرامج الإجتماعية.

- أثبتت الدراسة أن كل الطلبة المبحوثين يتفاعلون عبر فضاء مواقع التواصل الإجتماعي وذلك بنسبة 99%.

- بينت الدراسة أن الطلبة المبحوثين بنسبة 35.6% يتواصلون مع الزملاء والأصدقاء.

- كشفت الدراسة أن 75.2% من الطلبة المبحوثين مقتنعون أن هاتفهم الذكي يحسن علاقتهم بالآخرين.

- أوضحت الدراسة أن 78.2% من الطلبة المبحوثين عملت مواقع التواصل الإجتماعي على تدعيم القيم الأخلاقية لديهم.

نتائج المحور الثاني: الإعلام الإجتماعي والقيم الإجتماعية

- بينت الدراسة أن 91.1% من الطلبة المبحوثين يكتسبون صداقات من مواقع التواصل الإجتماعي.

- بينت الدراسة أن 37.6% من الطلبة المبحوثين يتعلمون التفاعلية مع أفراد المجتمع من خلال مواقع التواصل الإجتماعي.

- كشفت الدراسة أن 53.5% من الطلبة المبحوثين يستفيدون من النقاشات في المنتديات من خلال إبداء آرائهم

- بينت الدراسة أن 59.4% من الطلبة المبحوثين يستفيدون من المراسلات الإلكترونية من خلال التعاون وتبادل الملفات.

نتائج المحور الثالث: الإعلام الديني وترسيخ القيم الدينية

- بينت الدراسة أن 43.6% من الطلبة المبحوثين يتابعون موقع وزارة الشؤون الدينية الحكومية المسيرة للشؤون الدينية.

- أوضحت الدراسة أن 40.6% من الطلبة المبحوثين تساهم مواقع الهيئات الدينية الحكومية في توجيههم في مجال الدين.

- بينت الدراسة أن 48.5% من الطلبة المبحوثين تساهم المواقع والصفحات الدعوية في تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة لديهم.

- كشفت الدراسة أن 51.5% أن الطلبة المبحوثين يتصفحون مضامين القرآن الكريم والأحاديث النبوية عبر الأنترنت.

- بينت الدراسة أن 38.6% من الطلبة المبحوثين عملت المواقع الدينية على تدعيم قيمة العفو والتسامح لديهم.

- أوضحت الدراسة أن 50.5% من الطلبة المبحوثين ساهمت المنتديات في غرس قيمة حسن المعاملة كقيمة دينية لديهم.

3- مناقشة النتائج في ضوء الفرضيات:

3-1 مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الفرعية الأولى:

استنادا إلى عنصر عرض وتفسير وتحليل بيانات الدراسة المتعلقة بالاحور الثاني تم استخلاص مايلي :

- الفرضية الأولى الموسومة ب: " يهذب الإعلام التفاعلي للقيم الأخلاقية.

أن تعدد وسائل الاتصال عبر النث عامل مساعد على الانفتاح على الغير ويساعد على التواصل والاكتماب من الغير وسمح باختيار البدائل حسب ظروف الطالب أو الإعتبارات شخصية أخرى تتعلق بالمكان أو الالتزامات الدراسية وهذا يبيلور ثقافة أساسها القيم الأخلاقية التي بحاجة إلى إعادة بناء أو تشكيل والتي ترتبط بالمضمون التواصلية.

فمثلا يتصدر الهاتف النقال الذكي وسائل الطالب الجامعي في تفاعله لأنه سهل الاستعمال في المكان والزمان، كما أنه مزود بعديد الوسائط التكنولوجية الأحادية والمدمجة،سهولة التعامل بواسطته، وكذلك سهولة حمله.(الجدول رقم 5)

كما أن المكان المفضل لتصفح النث من قبل المبحوثين يأخذ بعين الإعتبار حيث تبين أن أغلب الطلبة يتصفحون في المنزل فقط، بسبب وجود شبكة الانترنت في المنزل، وتفرغهم من الأشغال.(الجدول رقم 6)

كما أن الحجم الساعي لاستعمال الننت يأخذ بعين الإعتبار أيضا، حيث تبين أن أغلب الطلبة يتركزون في دائرة الحجم غير معقول تعدى الحجم الملائم والصحي والمعقول حيث كان اختيارهم 3 ساعات فأكثر.

واستعمال الننت من قبل الطالب الجامعي باعتبار الفترات الزمنية المحددة وأغلبها في كل الأوقات، فقط لأجل متطلبات علمية أو اجتماعية بدافع الفضول. (جدول رقم 8)

أما البرامج التي يتفاعل معها المبحوثين فأغلبها إجتماعية لمعرفة ما يدور بواقعهم ولأنها مواضيع أكثر إثارة وتشويق وتعالج ظواهر قد تعرضوا لها في حياتهم. (جدول رقم 9)

أما فيما يخص الفضاء الذي يتفاعل به الطالب الجامعي فمجملهم يتفاعل بمواقع التواصل الإجتماعي نظرا لسهولة تفاعلهم بالمواقع الإجتماعية وتواصلهم مع الأصدقاء وأفراد العائلة ولأن معظم الشبكات تسح للمستخدمين بإنشاء مجموعات وكسب المال ن خلال صنع محتويات. (الجدول رقم 10)

ويتفحص القيمة الأخلاقية التي يكتسبها الطلبة المبحوثين من هذا الفضاء فأغلبهم للتواصل مع الزملاء والأصدقاء لمعرفة الأخبار وتبادل الآراء فيما بينهم والمحافظة على علاقات الصداقة ولمأ الفراغ والترويح عن النفس في ضل غياب الأهل. (الجدول 11)

وبالنظر إلى اقتناع الطلبة المبحوثين إلى أن هاتفهم الذكي يحسن علاقاتهم بالآخرين نجد أن أغلبهم يحسن هاتفهم الذكي علاقاتهم بأفراد الأسرة وذلك بتقريب المسافات بينهم ومعرفة أخبارهم ومشاركة أسرار بعضهم، كما انه يدفع إلى مستويات الثقة والاحترام، ونبد ما يدعو إلى الخلافات (الجدول رقم 12)

أما فيما يخص القيم الأخلاقية التي عملت مواقع التواصل الإجتماعي على تدعيمها لدى الطلبة المبحوثين. وعليه فان هذه الفرضية باعتبار الأحكام المدرجة والنتائج المتوصل إليها قد تحققت إلى ابعده حد.

3-2 مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الفرعية الثانية:

أن الفرضية الفرعية الموسومة ب "يساهم الإعلام الإجتماعي في تعديل القيم الإجتماعية"

تعتبر مواقع التواصل الإجتماعي أكثر الفضاء تأثيرا على القيم الإجتماعية لدى الطلبة المبحوثين بسبب انتشارها الواسع واستقطابها لجمهور واسع، حيث صارت تشكل شبكة اجتماعية افتراضية كاملة يتبادل

أفرادها الاهتمامات والأنشطة المتعددة، كما أنها صنعت قفزة نوعية في عالم الأخبار والمعلومات، الجدول رقم (14)

أما القيم التي تدعمها مواقع التواصل الاجتماعي للطلبة المبحوثين فأغلب الطلبة يكتسبون صداقات من خلال هذه المواقع من خلال التواصل مع الغير وهذه العملية تتم وفق ضوابط ومعايير كآداب الحوار وتقدير المحاور الآخر والسعي للظهور بأكثر قابلية اجتماعية في الفضاء الافتراضي سواء طلب للعلم أو تبادل للأفكار، وعند معظم الطلبة لبناء الثقة في الذات وفي الآخرين وهي قيمة أخلاقية تتجاوز الحدود الاجتماعية على اختلاف الثقافات. الجدول (15)

ويتفحص تعلم المبحوثين من مواقع ويتفحص تعلم المبحوثين من مواقع التواصل الاجتماعي فأغلب الطلبة المبحوثين يتعلمون التفاعلية مع أفراد المجتمع لأنه يسعى لان يبرز تفاعله مع أفراد مجتمعه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق مصالح واحتياجات. الجدول (16)

أن أغلبية الطلبة المبحوثين يستفيدون من النقاشات في المنتديات من خلال إبداء آرائهم حول مختلف القضايا المطروحة ولأنها تفتح المجال أماماً لأفراد للتفاعل مع بعضهم البعض. الجدول (17)

أما فيما يخص أوجه استفادة المبحوثين من المراسلات الإلكترونية فأغلبهم يتعاونون من خلال تبادل الملفات من منطلق أن هذه المراسلات الإلكترونية تسهل جميع أنواع التواصل كتابة وصورة وصوت وأخذ آراء إزاء مواضيع وقضايا. الجدول (18)

وعليه فان هذه الفرضية باعتبار الأحكام المدرجة والنتائج المتوصل إليها قد تحققت إلى حد بعيد.

3-3 مناقشة النتائج في ضوء الفرضية الفرعية الثالثة:

بالنظر للفرضية الفرعية الثالثة الموسومة بـ "يرسخ الإعلام الديني القيم الدينية".

يتضح من خلال تصفح النتائج أن مواقع الهيئات الدينية الحكومية المسيرة للشؤون الدينية التي يتابعها أغلب الطلبة المبحوثين هي موقع وزارة الشؤون الدينية لأنه يشكل مرجعية دينية داخل البلد وراجع هذا أيضاً إلى خدمة الدين الإسلامي وترقية لتعاليمه وقيمه في أوساط الشعب والمواطنين. الجدول (19)

أما فيما يخص مساهمات مواقع الهيئات الدينية في مجال الدين فان أغلبية الطلبة المبحوثين تساهم هد المواقع في توجيههم في مجال الدين سواء في القضايا المحسومة في نص القرآن الكريم وكل ما ورد في كتاب الله ولتأطير الفكر الديني واستيعاب الممارسات الشاذة في التعاطي مع الدين والتدين. الجدول (20)

أما المواقع والصفحات الدعوية فمواقف أغلب الطلبة المبحوثين منها لتصحيح بعض المفاهيم الخاطئة لأنهم بحاجة إلى مواقع وصفحات لتصميم وإعادة بناء تصور حول قضية أو مفهوم خاطئ متعلق بالدين كحكم تصوير الإسلام بصورة مشوهة وانه دين الإرهاب ودين متخلف ومتشدد. الجدول رقم (21)

وفيما يخص المضامين الدينية التي يتصفحها المبحوثين في الانترنت فأغلب إجابات المبحوثين تمحورت حول القرآن والأحاديث النبوية وهذا راجع لرغبتهم في تقوية وازعهم الديني، كما انه مصدر أساسيات في الشريعة الإسلامية يحتوي على الوحي الإلهي المتضمن لمختلف الأحكام الشرعية. جدول (22)

وبالحديث عن تصفح المواقع الدينية الذي عمل على تدعيم القيم الدينية الذياغلب الطلبة المبحوثين فان أغلب الإجابات تمحورت حول قيمة العفو والتسامح لأنهم يرغبون في نهج الطريق السوي لأنها القيمة التي يحتاجها الفرد في هذا العصر نظرا لكثرة الصراعات بين الطلبة. الجدول(23)

أما عن مساهمة المنتديات في غرس القيم الدينية لدى الطلبة المبحوثين فأغلب الإجابات قد تمحورت حول حسن المعاملة ولذلك تعلم الطالب طرق وأساليب التعامل مع الغير وهذه القيمة تظهر في التحية والابتسام والملاطفة وخدمة الآخر. الجدول(24)

وعليه فان هذه الفرضية باعتبار أحكام الدرجة والنتائج المتوصل أنها قد تحققت إلى حد ما.

النتائج العامة في ضوء الفرضية الرئيسية:

استنادا إلى ما سبق يمكن تلخيص النتائج الفرضيات الفرعية كما يلي:

- وجود ارتباط بين الإعلام التفاعلي والقيم الأخلاقية.
- وجود ارتباط بين الإعلام الاجتماعي والقيم الدينية.
- وجود ارتباط بين الإعلام الديني والقيم الدينية.

ومن خلال نتائج الفرضيات الفرعية يمكن القول أن الفرضية الرئيسية الموسومة بـ "الإعلام الإلكتروني دور في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي" صادقة.

4- مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

على ضوء الدراسة الميدانية التي قمنا بها حول "دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الإجتماعية" توصلنا إلى مجموعة من النتائج منها ما توافقت مع نتائج الدراسات السابقة ومنها ما لم يتوافق وسنتطرق إلى مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة والمشابهة كالتالي:

حسب المنهج والأدوات: هناك اتفاق بين دراستنا ومعظم الدراسات السابقة المعتمدة في استخدام منهج مشترك ألا وهو المنهج الوصفي المسحي.

هناك اتفاق بين الدراسة ومعظم الدراسات السابقة في تبني البحث الامبريقي القائم على توزيع الاستمارة كأداة رئيسية.

ومن بين الدراسات السابقة التي استخدمت المنهج الوصفي هي (5) دراسات من بين (6) دراسات أهمها: دراسة ست البنات حسن أحمد محمد(2019)، دراسة سهام بوقلوق(2017)، دراسة جهاد نعيم عبد الرحمن قمحية(2003)، دراسة ربيعة بوزيدي(2015).

في حين اعتمدت دراسة أخرى على منهج تحليل المضمون وهي دراسة تسنيم أحمد مخيمر(2015).

حسب العينة المعتمدة: وتوجد دراسات سابقة اعتمدت عينات تختلف عن العينة الطبقية التناسبية وهي: العينة العشوائية كما في دراسة جهاد نعيم عبد الرحمن قمجة(2003).

وكذا العينة القصدية في دراسة سهام بوقلوق(2017)، أما باقي الدراسات لم تتوافق مع عينتنا.

لذلك يمكن القول أن عينة هذه الدراسة استفادت من كل طرق تحديدا العينات فاتبعت خطوات علمية صارمة في ذلك وكانت على منوالها.

حسب الأهداف: هناك اختلاف وتباين من حيث طبيعة مجتمع الدراسة الحالية مع أهداف الدراسة السابقة تبعا لاختلافات في مؤشرات البحث وكذا مجتمع الدراسة.

حسب النتائج: تعد مرحلة قراءة نتائج أي بحث علمي في ضوء نتائج الدراسات السابقة المعتمدة خطوة هامة تبين الأهمية الفعلية لتوظيفها، ومعوقة مدى تقارب نتائج الدراسة مع الدراسات السابقة أو تباعدها وهذا ما من شأنه أن يحدد موضع البحث الحالي وموقعه من هذه الدراسات.

5- مناقشة النتائج في ضوء المقاربة النظرية:

5-1 نظرية الاستخدامات والإشباع:

فقد ركزت هذه النظرية على مضمون وسائل الإعلام كمنتوج يؤثر على الأفراد ومنهم الطلبة الجامعيين ومن أهدافها تحقيق الحاجات المعرفية والتفاعل العاطفي والاندماج في المجتمع، خاصة في تحقيق التميز والثقة في الظروف والآخريين مع مراعاة القيم السابقة والمعتقدات. لذلك فهذه الدراسة من خلال النتائج المتوصل إليها لا تختلف عما ورود في هذه النظرية ففي المحور المتعلق بالإعلام التفاعلي والقيم الأخلاقية خلصت إلى أن كل وقت له بالضرورة إشباعات من خلال محتويات ومضامين محددة (الجدول رقم 8)، وأن حاجات الأفراد دوماً تحتاج إلى إشباع واعي باعتبار المضامين المقترحة في وسائل الإعلام (الجدول رقم 22).

وفيما يخص المحور المتعلق بمساهمة الإعلام الإجتماعي في تعديل القيم الإجتماعية فكان التأكيد على أن استخدامات الفضاءات الإلكترونية كمواقع التواصل الإجتماعي تمكن من مسايرة الأخبار والأحداث، ما يضمن إشباع الرغبة وتحقيق الحاجات (الجدول رقم 14).

5-2 نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

وهي تركز على وسيلة الإعلام باعتبار على أنها أساس التنقيف والتأثير والتفاعل في أفراد المجتمع، وهي ترى أن الطالب الجامعي قد يكون أسير الوسيلة الأكثر تداولاً وما تحمله من أفكار وقيم تعدل في سلوك الطالب الجامعي وتبرز نسفاً قيمياً يسود مع الوقت.

وهذه الدراسة وجدت في هذه النظرية أفكاراً متطابقة منها أن التفاعل الإلكتروني يخضع للوسيلة المتاحة، وطبيعة المواضيع المطروحة للنقاش حيث أنها كلما زادت الحاجة إلى معلومات من طبيعة معينة يزداد الدافع للبحث عن الوسيلة الأكثر تحقيقاً للمطلوب ومن هذه الوسائل نجد الهاتف النقال (الجدول رقم 5).

1. بغداد، باي، عبد القادر، (2020). إعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية الجزائرية. دراسة ميدانية بإذاعة غليزان الجهوية.
2. مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية. المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان، الجزائر.
3. شاوي الباير، نجاح ضافي. (2021). أثر الهواتف الذكية على التحصيل الدراسي لدى طلاب المرحلة الأساسية من وجهة نظر معلمهم في لواء الموقر.
4. المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية. العدد 10.
5. منال، عثمان الصمادي، لبنى، عبد الرحمن السعود. (2018). تقدير الذات وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى عينة من طالبات كلية الأميرة عالية الجامعية. مجلة كلية التربية. جامعة عين شمس 247. العدد الثاني والأربعون (الجزء الثاني).
6. <http://www.marw.dz.22/05/2023.11:14>
7. 30 :23 . <https://core.uk/download/pdf.03/06/2023>

خلاصة:

تناول هذا الفصل عرضا وتفسيرا وتحليلا للنتائج البحث من خلال التكرارات والنسب المئوية للتأكد من مدى تحقق فرضيات الدراسة المقترحة، ثم مناقشة نتائجها في ضوء الفرضيات الجزئية والفرضية العامة، وفي ضوء الدراسات السابقة والمقريات النظرية لمعرفة التقارب أو التباعد في مستخلصات النتائج، وصولا إلى النتيجة النهائية.

التوصيات والاقتراحات:

استنادا إلى النتائج التي توصلت إليها الدراسة حاولنا تقديم بعض التوصيات كالتالي:

- فرض مراقبة على بعض المواقع والصفحات الدينية التي تمارس نشاطات مشبوهة.
- تصميم صفحات الكترونية خاصة بالطلبة تثير اهتمامهم من خلال متابعة القنوات الصالحة في المجتمع في مختلف المجالات والتخصصات لتعزيز قيمهم الإجتماعية.
- تنمية الوعي بضرورة توظيف الإعلام الإلكتروني بشكل آمن وفعال حتى لا يتم المساس بمنظومة القيم.

كشفت دراستنا أن للإعلام الإلكتروني دور في تشكيل القيم الإجتماعية للطالب الجامعي وأن استخدام وسائطه مكنته من اكتساب أفكار وقيم جديدة وتمسكهم بها كقيمة التسامح وحسن المعاملة. حيث أن الإعلام الإلكتروني أحدث طفرة نوعية ليس فقط في مجال الاتصال وإنما في تشكيل القيم بين الجماعات وتقريب المفهومات الإجتماعية للظواهر والأحداث والموضوعات كما يقرب الثقافات المختلفة العابرة للحدود والقوميات والأديان لذلك فهو فضاء تعددت فيه القيم وقد اعتمد كمدخل معالجة لتشكيل القيم منها ما هو أخلاقي واجتماعي وديني، وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن الإعلام الإلكتروني ساهم وبشكل فعال باستخدام كافة الإمكانيات الممكنة له من أجل تشكيل القيم الإجتماعية لدى الطلبة الجامعيين.

الكتب:

- 1) بن عبد الوهاب، الفقيه كافي، محمد، علي حيزر الصالحي، حاتم. (2016). تأثير استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية والأسرية للشباب العربي، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية.
- 2) بوحوش، عمار. ط5. مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
- 3) جبر سعيد، سعاد. (2008). ط1. القيم العالمية وأثرها على السلوك الإنساني. عمان: دار الكتاب العالمي للنشر والتوزيع.
- 4) جبر سعيد، سعاد. (2015). الصراع القيمي وأثره في المجتمع. الأردن: عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع.
- 5) جلال الغندور، محمد. (2015). ط1. البحث العلمي بين النظرية والتطبيق. دار الجوهرة للنشر والتوزيع.
- 6) جندي، عبد الناصر. (2010). ط3. تقنيات ومناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والاجتماعية. ديوان المطبوعات الجامعية.
- 7) الحاج، كمال. (2020). نظريات الإعلام والاتصال. الجامعية الافتراضية السورية.
- 8) حسن إسماعيل، محمود. (2003). ط1. مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير: الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- 9) حسين عامر، فتحي. (2018). الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل. العربي للنشر والتوزيع.
- 10) خضر ساري، حلمي. (2005). ط1. ثقافة الانترنت دراسة في التواصل الاجتماعي. دار مجدلوي للنشر والتوزيع.
- 11) خضر ساري، حلمي. (2005). ط1. ثقافة الانترنت دراسة في التواصل الاجتماعي. عمان: دار مجدلوي للنشر والتوزيع.
- 12) خلف عبد الجواد، مصطفى. (2009). ط1. نظرية علم الاجتماع المعاصر. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 13) الخوري، نسيم. (2009). المقابلة الصحافية. بيروت: دار المنهل اللبناني.

قائمة المصادر والمراجع

- 14 الخياط، ماجد محمد. (2010). ط1. أساسيات البحوث الكمية والنوعية في العلوم الإجتماعية. عمان: دار الراهة للنشر والتوزيع.
- 15 دليمة، رحالي. (2015). الوجيز في المنهجية للعلوم الإجتماعية والإنسانية : ديوان المطبوعات الجامعية.
- 16 الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2011). ط1. المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 17 الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2012). ط2. مدخل إلى وسائل الإعلام الجديدة. عمان: دار المسيرة للتوزيع.
- 18 الدليمي، عبد الرزاق. (2016). ط1. نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. عمان: دار اليازوري.
- 19 ديفلر، ميليفين. روكيتش، سانديبول. (2002). ط1. نظريات وسائل الاتصال، القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- 20 زايد، فهد خليل. (2007). ط1. أساسيات ومنهجية البحث في العلوم الإنسانية. الأردن: دار النفائس للنشر والتوزيع.
- 21 الزغبى، لوي. (2020). الإعلام والاتصال الإلكتروني. الجامعة الافتراضية السورية.
- 22 الزبياري، طاهر حسو. (2011). ط1. أسلوب البحث العلمي في علم الاجتماع. بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع.
- 23 الزيود، ماجد. (2006). ط1. الشباب والقيم في عالم متغير: دار الشروق للنشر والتوزيع.
- 24 سالم سالم، سماح، عبد الحميد جادو، جمال. (2015). ط1. الإرشاد الإجتماعي: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 25 سميشي، وداد. (2016). ط1. المنتديات الإلكترونية بين التفاعلية وفن الحوار الافتراضي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 26 سيد خليل، أحمد. (2006). التربية وقضايا المجتمع. الدار العالمية للنشر والتوزيع.
- 27 شفيق، حسين. (2010). ط1. الإعلام التفاعلي وما بعد التفاعلية. مصر: دار فكر للنشر والتوزيع.

قائمة المصادر والمراجع

- 28) الطغاني، سليمان. (2020). ط1. الوجيز في التربية الإعلامية. عمان: دار الخليج للنشر والتوزيع.
- 29) عبد الحميد، محمد. (2014). ط1. نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. القاهرة: عالم الكتب.
- 30) عبد العال النعيمي، محمد، وآخرون. (2009). ط1. طرق ومناهج البحث العلمي. عمان: دار الرواق للنشر والتوزيع.
- 31) عبد العالي النعيمي، محمد، وآخرون. (2015). ط6. طرق ومناهج البحث العلمي. عمان: دار الرواق للنشر والتوزيع.
- 32) عدلي العبد، عاطف، عاطف العبد، نهى. (2011). نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية: دار الفكر العربي.
- 33) العساف، أحمد عارف، الوادي، محمود. (2011). ط1. منهجية البحث في العلوم الإجتماعية والإدارية المفاهيم والأدوات. عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع.
- 34) علي العاجز، فؤاد، العمري، عطية. (1999). القيم وطرق تعلمها وتعليمها. الأردن: جامعة اليرموك.
- 35) علي موسى، شيرين. (2015). ط1. المواقع الإلكترونية الإخبارية دراسة في المفاهيم والمصداقية. القاهرة: دار العالم العربي.
- 36) علي، علي، عبد الفتاح. (2014). الطبعة العربية. نظريات الاتصال والإعلام الحديثة. عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع.
- 37) عناية، غازي. (2015). منهجية إعداد البحوث والرسائل الجامعية. دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 38) غربي، علي. (2009). ط1. أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية. قسنطينة: دار التميز للطباعة والنشر والتوزيع.
- 39) قنديلجي، عامر إبراهيم. (2012). منهجية البحث العلمي. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 40) قنديلجي، عامر إبراهيم. (2015). ط1. الإعلام الإلكتروني. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- أنجرس، موريس. (2004). ط2. منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. الجزائر: دار القصة للنشر.

قائمة المصادر والمراجع

- 41 قنديلجي، عامر، إيمان، السامرائي. (2009). البحث الكمي والنوعي. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- 42 الكرداني، محمد فتحي. (2015). ط1. البحث العلمي نظريات وتطبيقات. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة.
- 43 محسن ختاتنة، سامي، (2015/2010). ط41. علم النفس الإعلامي: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة.
- 44 محمد الدليمي، عبد الرزاق. (2011). ط1. الصحافة الالكترونية والتكنولوجيا الرقمية. عمان: دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع.
- 45 محمود، أبو علام، رجاء. (2013). ط1. مناهج البحث الكمي والنوعي المختلط. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
- 46 المحموري، محمد سرحان علي، (2019). ط3. مناهج البحث العلمي: صنعاء. الجمهورية اليمنية.
- 47 المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2014). نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 48 المشاقبة، بسام عبد الرحمن. (2016). نظريات الإعلام. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 49 مصباح، عامر. (2010). ط2. منهجية في العلوم السياسية والإعلام. ديوان المطبوعات الجامعية.
- 50 معنوق، جمال. (2013). ط1. منهجية العلوم الإجتماعية والبحث الإجتماعي. القاهرة: دار الكتاب الحديث.
- 51 مفتاح الحداد، فيصل، (2008). ط1. منهجية البحوث والرسائل العلمية. ليبيا: دار الكتب الوطنية.
- 52 منصر، خالد. (2016). ط1. تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة واغتراب الشباب. العين: دار الكتاب الجامعي.
- 53 موقف، الحمداني. وآخرون. (2006). ط1. مناهج البحث العلمي الكتاب الأول أساسيات البحث العلمي. عمان: مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.
- 54 ناجي حسن، عباس. (2016). ط1. الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني. دراسة مقارنة راديو سوا. إذاعة العراق الحر تليفزيون الشرقية. وكالة نينا أنموذجا.

قائمة المصادر والمراجع

- 55) الهمالي، عبد الله عامر. (2003). ط3. أسلوب البحث الإجتماعي وتقنياته. ليبيا: دار الكتب الوطنية بنغازي.
- المعاجم:**
- 56) ابن منظور. (2005). لسان العرب. بيروت: دار الكتب العلمية.
- 57) بدوي، أحمد زكي. (1994). معجم مصطلحات الإعلام. ط2. بيروت: دار الكتب اللبناني.
- 58) جمال الفار، محمد. (2010). المعجم الإعلامي. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- 59) رزقي غالي، وجدي. (2003). السراج الوجيز-معجم المترادفات والعبارات الاصطلاحية والأضداد العربية. ط1. بيروت: مكتبة لبنان ناشرون.
- 60) السيد سليمان، صباح. المعمار المملوكي بين هندسة اللفظ وهندسة الشكل - جامعة عين شمس. مكتبة الأنجلومصرية.
- 61) العبد الله. مي. (2014). المعجم في المفاهيم الحديثة لإعلام والاتصال والمشروع العربي لتوحيد المصطلحات. بيروت: دار النهضة العربية.
- 62) عبد المسيح، جورج مثري. (1993). لغة العرب. ج1. ط1. بيروت: ساحة رياض الصلح.
- 63) غيث، عاطف، جابر، إبراهيم. (2014). قاموس علم الاجتماع الحديث: دار المعرفة الجامعية.
- 64) قيقانو، أنطون. (2004، 2005). المتقن: معجم تعدي الأفعال في اللغة العربية. ط2. بيروت: دار الراتب الجامعية.
- 65) مجاني، الطالب. (2001). دار المجاني. شهل. ط5.
- 66) مسعود، جبران. (2003). الرائد- معجم ألبائي في اللغة والإعلام. ط1. بيروت: دار العلم للملايين.
- 67) مصطفى، إبراهيم، وآخرون. ج1. المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر والتوزيع.
- 68) المنجد في اللغة والإعلام. (2003). طبعة جديدة ومنقحة. بيروت: دار المشرق.
- 69) المنجد في اللغة والإعلام. (2005). ط1. بيروت: دار المشرق.
- أطروحات الدكتوراه:**
- 70) بوعطيط، سفيان. (2012/2011). القيم الشخصية في ظل التغيير الإجتماعي وعلاقتها بالتوافق المهني. أطروحة دكتوراه في علم النفس العمل والتنظيم، جامعة منتوري، قسنطينة.

قائمة المصادر والمراجع

- (71) حسن أحمد محمد، ست البنات. (2019). تناول الإعلام الإلكتروني لقضايا المرأة العربية. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال اختصاص الصحافة والنشر، جامعة السودان في العلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا.
- (72) شريال، مصطفى. (2011). دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم والوعي الاجتماعي للطالب الجامعي. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2.
- (73) عايدي، جمال. (2014). القيم الاجتماعية والتغيير الاجتماعي في المجتمع الجزائري اختبار نظرية التحديث الوظيفي. أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع. جامعة الجزائر 2.
- (74) غواظني، مليكة. (2020). تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وتأثيرها على قيم الشباب الجزائري الانترنت- أنودجا- دراسة وصفية تحليلية على عينة من الشباب الجزائري. أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر.
- (75) فايزة، إسعد. (2012). العادات الاجتماعية والتقاليد في الوسط الحضري بين التقليد والحداثة. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه، جامعة وهران.
- (76) كمال، عايد. (2016). تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري- الشباب الجامعي لتلمسان أنودجا- أطروحة دكتوراه ل. م. د. جامعة أبي بلقايد، تلمسان.
- (77) الأزهر، العقبي. (2009/2008). القيم الاجتماعية والثقافية المحلية وأثرها على السلوك التنظيمي للعاملين. المصنع الجزائري أنودجا، دراسة ميدانية بمؤسسة صناعات الكوابل بسكرة، أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، جامعة الإخوة منتوري، قسنطينة.
- رسائل الماجستير:
- (78) بن عثمان، أم الخير. (2016/2015). تأثير القيم الاجتماعية على الفعل التنظيمي لدى العامل الجزائري -دراسة ميدانية بمدرية الولائية للبريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال بأدرار - رسالة ماجستير في علم الاجتماع. جامعة أحمد دراية، أدرار.
- (79) بوزيدي، ربيعة. (2014). الإعلام الإلكتروني والمواطنة البيئية. رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3.
- (80) جمال المصري، دينا. (2010). أثر استخدام لعب الأدوار في اكتساب القيم الاجتماعية المتضمنة في محتوى كتاب لغتنا الجميلة لطلبة الصف الرابع الأساسي في محافظة غزة. رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة.

قائمة المصادر والمراجع

- (81) حران، العربي. (2007). تغيير القيم الإجتماعية لدى الشباب المتعاطي للمخدرات. رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، بوزريعة.
- (82) دحمان، زيرق. (2011). دور المدرسة القرآنية في تنمية القيم الإجتماعية للتلميذ. رسالة ماجستير في علم الاجتماع. جامعة محمد خيضر، بسكرة.
- (83) شعيب إمحمد عثمان، صالحه. (2012). بعض القيم الإجتماعية وعلاقتها بسلوك البيئي - دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة بنغازي- رسالة ماجستير بكلية الأدب قسم علم الاجتماع. جامعة بنغازي.
- (84) صوكو، سهام. (2009/2008). واقع القيم لدى المراهقين في المؤسسة دراسة ميدانية بثنائية بوحنة مسعود -فرجيوه-رسالة ماجستير في علم الاجتماع تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية، جامعة منتوري ، قسنطينة.
- (85) عباسي، سلوى. (2013/2012)، دور المحددات الإجتماعية للطالب الجامعي في اختيار التخصص الدراسي. رسالة ماجستير في علم الاجتماع، جامعة تيسة، الجزائر.
- (86) عبد المعطي، علي، الحلاحلة، محمود. (2011). القيم الإجتماعية في البرامج الحوارية في التلفزيون الأردني برنامج يسعد صباحك- أنموذجا- رسالة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط الأردنية.
- (87) مانع، إسمهان. (2013). التمثيلات الشخصية النموذجية لدى طلاب جامعة- دراسة ميدانية لعينة من طلبة السنة الرابعة تخصص علم اجتماع. رسالة ماجستير في علم الاجتماع التربوي. جامعة جيجل.
- (88) مجيطنة، سومية. (2014). التكوين قصير المدى وعلاقاته بتنمية مهارات الأستاذ الجامعي. رسالة ماجستير في علم الاجتماع التربوية. جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل.
- (89) محمد الدريملي، سمر. (2013). أثر مواقع التواصل الإجتماعي على المشاركة السياسية للمرأة في فلسطين. رسالة ماجستير في برنامج دراسات الشرق الأوسط. جامعة الأزهر، غزة.
- (90) نعيم عبد الرحمان، جهاد. (2003). البناء القيمي لدى طلبة الجامعات الفلسطينية. رسالة ماجستير في الإدارة التربوية.

قائمة المصادر والمراجع

المجلات:

- 91) ابراهيم، ابراهيم. (2004). تعليم الكبار في عصر المعرفة. مجلة التربية للجميع - الهيئة العامة لمحو الأمية وتعليم الكبار.
- 92) أحمد الذيب، هبة. (2019). تأثير ثقافة الإعلام على بعض القيم الإجتماعية في المجتمع الإماراتي.
- 93) أحمد سعد عمر، أمينة. (2022). القيم الإجتماعية وعلاقتها بتنشئة الأطفال. مجلة كلية الآداب بقنا، العدد 55.
- 94) -الثقفي، عبد الله، الحموري، خالد، عصفور، قيس. (2013). القيم الإجتماعية وعلاقتها بالتفكير التأملّي لدى الطالبات. المجلة العربية للتطور والتفوق. العدد 1. جامعة الطائف.
- 95) بغداد، باي، عبد القادر، (2020). إعداد وتقديم البرامج الاجتماعية في الإذاعات المحلية الجزائرية. دراسة ميدانية بإذاعة غليزان الجهوية.
- 96) بن كعبة، محمد، مسعودي، أحمد. (2018). سوسيولوجيا القيم قراءة في علاقة القيم بالفعل الإجتماعي. جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان الجزائر. مجلة الرواق، المجلد 4، العدد 1.
- 97) حمداوي، عمر، بن داود، العربي. (د.س.). دور الإنترنت في خدمة البحث العلمي. مجلة العلوم الإنسانية والإجتماعية، عدد خاص.
- 98) خلايفية، عمار. (2022). تطبيقات نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام في فضاءات الإعلام الجديد. مجلة البحوث ودراسات في الميديا الجديدة. المجلد 3، العدد 3. جامعة محمد بوضياف المسيلة، الجزائر.
- 99) الرفيعي، محمد خليل. (2011). دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية دراسة تحليلية. مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد الأول والثاني.
- 100) سعد خليفة، عبد الكريم. (1999). أثر استخدام الانترنت على تنمية مهارات الاتصال العلمي الإلكتروني لدى معلمي العلوم والرياضيات. مجلة التربية بجامعة أسيوط. مصر.
- 101) السيد عبد النبي، مصطفى علي. (2019). الاتجاهات الحديثة لنظرية الاستخدامات والإشباعات. المجلة المصرية للدراسات المتخصصة. العدد 23.

قائمة المصادر والمراجع

- 102) شاوي البابر، نجاح ضافي. (2021). أثر الهواتف الذكية على التحصيل الدراسي لدى طلاب المرحلة الأساسية من وجهة نظر معلمهم في لواء الموقر.
- 103) الشاوي، ليليا. (2020). ماهيات ضبط الإعلام الإلكتروني بين المسؤولية والرقابة وحرية التعبير - مقارنة بين التجربة الفرنسية والجزائرية. مخبر حقوق الإنسان في الأنظمة الدولية المقارنة، كلية الإعلام والاتصال. الجزائر 3، المجلد 4، العدد 2.
- 104) شربال، مصطفى. (2021). القيم في الفلسفة والعلوم. المجلة الجزائرية للأبحاث والدراسات. المجلد 4. العدد 4.
- 105) الشعوان، عبد الرحمن. (1977). القيم وطرق تدريسها في الدراسات الإجتماعية. مجلة جامعة المالك سعود للعلوم التربوية والدراسات الإسلامية.
- 106) مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية. المركز الجامعي أحمد زبانة غليزان، الجزائر.
- 107) المجلة العربية للعلوم الإنسانية والاجتماعية. العدد 10.
- 108) مربي، إسمهان، مقبل، نسيم. (2022). دور الإعلام البيئي الإلكتروني وتحدياته في تحقيق التنمية المستدامة واقع ورؤى. مجلة علوم الإنسان والمجتمع. جامعة ابراهيم سلطان شيبوط، الجزائر 3.
- 109) مساعدي، زهر. (2017). مفهوم الثقافة بعض مكوناتها(العادات. التقاليد. الأعراف). مجلة الذاكرة تصدر عن مخبر التراث اللغوي والأدبي في الجنوب الشرقي الجزائري. جامعة ميله، الجزائر. العدد 9.
- 110) مطالقة، أحلام، العودات، ميسر. (2010). القيم الإجتماعية المتضمنة في مناهج التربية الإسلامية ومناهج التربية الوطنية في الأردن. مجلة اتحاد الجامعات العربية لآداب، المجلد 7، العدد 1.
- 111) منال، عثمان الصمادي، لبنى، عبد الرحمن السعود. (2018). تقدير الذات وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية لدى عينة من طالبات كلية الأميرة عالية الجامعية. مجلة كلية التربية. جامعة عين شمس 247. العدد الثاني والأربعون(الجزء الثاني).
- 112) مؤمن بكوش، الجموعي. (2014). القيم الإجتماعية مقارنة نفسية اجتماعية. مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة الوادي، العدد 8.

قائمة المصادر والمراجع

ورقة بحثية:

113) عبد الغامدي، قنان. (2012). التوافق والتناظر بين الإعلام التقليدي والإعلام الإلكتروني، ورقة بحثية مقدمة إلى ندوة الإعلام والأمن الإلكتروني، جامعة الأمير نايف العربية للعلوم الأمنية.

محاضرة:

114) رشدي خير الله، هشام. محاضرات في نظرية الإعلام. كلية التربية النوعية. جامعة المونوفية.

منتدى

115) عبد الواحد، أمين رضا. (2007). الإعلام الإلكتروني. منتدى سور الأزيكية، جامعة الأزهر.

المواقع الإلكترونية:

116) <https://ahourlond.net.14/03L2023.20:47>.<https://e3arabi.com.14L03L>

2023.21:26

117) <https://mohammed.khalef.blogspot.com.20/03L2023.14:04>

118) <https://alslimi.blogspot.com.20L03L2023.14:07>

119) <https://e3rab.com.17/03/2023.22:58>

120) <https://www.edarabia.com.20.03.2023.13:11>

121) <http://www.marw.dz.22/05/2023.11:14>

122) -<https://core.uk/download/pdf.03/06/2023.23:30>

قائمة الملاحق

ملحق رقم (01): يمثل الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحي - جيجل -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم الإعلام والاتصال
استمارة حول:

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الاجتماعية
دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال
بجامعة جيجل

تخصص : صحافة مطبوعة وإلكترونية

✓ ملاحظة: نرجو من سيادتكم المحترمة التفضل بالإجابة على أسئلة الاستمارة بوضع علامة (X)، مع العلم أنّ هذه المعلومات سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شكرا على تعاونكم وحسن تفهمكم.

إعداد الطالبات: تحت إشراف الأستاذ:

❖ توفيق بوخدوني

❖ سلمى طويطو

❖ لطيفة بلهاين

❖ زينة بوحوش

السنة الجامعية: 2022 / 2023

المحور الأول: البيانات الشخصية للمبحوثين

1- الجنس: ذكر أنثى

2- السن: - أقل من 20 سنة

- من 20 إلى أقل من 23 سنة

- 23 سنة فما فوق

3- المستوى التعليمي:

- مستوى ليسانس:

- سنة ثانية

- سنة ثالثة

- مستوى الماستر:

- سنة أولى ماستر

- سنة ثانية ماستر

4- التخصص:

- علوم الإعلام والاتصال

- الإعلام

- صحافة مطبوعة وإلكترونية

- سمعي بصري

المحور الثاني: محاور الوسيلة وتتمثل في:

أولاً- الإعلام التفاعلي والقيم الأخلاقية

5- ما هي الوسيلة التي تتفاعل بها؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة:

▪ لوحة إلكترونية

▪ كمبيوتر محمول

▪ هاتف نقال

▪ تلفزيون ذكي

▪ أخرى

6- ما هو المكان المفضل لديك أثناء تصفحك للنت؟

- المنزل
- الجامعة
- مقهى الانترنت
- أخرى

7- ما هو الوقت الذي تمضيه في استخدامك للنترنت؟

- أقل من ساعة
- من ساعة إلى ساعتين
- 3 ساعات فأكثر

8- ما هي الأوقات التي تستعمل فيها النترنت؟

- صباحا
- مساء
- ليلا
- في كل الأوقات

9- ما هي أبرز البرامج التي تتفاعل معها؟

- اجتماعية
- دينية
- أخلاقية
- أخرى

10- تفاعلك مع الآخرين يتم عبر فضاء :

- مواقع التواصل الاجتماعي
- المنتديات
- الصحافة الإلكترونية
- المدونات
- أخرى

11- ما نوع القيمة الأخلاقية التي تكتسبها من هذا الفضاء؟

- التواصل مع العائلة
- البقاء على اتصال مع الآخرين
- التواصل مع الزملاء والأصدقاء
- أخرى
- 12- هل أنت مقتنع بأن هاتفك الذكي يحسن علاقتك بالآخرين؟ نعم لا

- في حالة الإجابة ب: نعم يتم الحوار مع : (يمكن اختيار أكثر من اقتراح)

- أفراد الأسرة
- الزملاء
- الأساتذة
- آخرون

13- هل تصفحك لمواقع التواصل الاجتماعي عمل على تدعيم القيم الأخلاقية لديك؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة ب: نعم ، تتمثل هذه القيم في:

- تقوية تقدير الذات
- ترسيخ التضامن
- تفرص الأمانة

ثانيا: الإعلام الاجتماعي وتعديل القيم الاجتماعية

14- ما هي الفضاءات الإلكترونية الأكثر تأثيرا على القيم الاجتماعية؟

- المدونات
- المنتديات
- مواقع التواصل الاجتماعي
- الصحافة الإلكترونية

15- ما هي القيم التي تدعمها مواقع التواصل الاجتماعي؟

- اكتساب صداقات
- الانخراط في الجمعيات الخيرية
- إمكانية المشاركة في النشاطات الاجتماعية

- أخرى

16- ماذا تتعلم من مواقع لتواصل عادة؟

- التفاعلية مع أفراد المجتمع

- توسيع العلاقات الاجتماعية

- التمكن من فن الحوار

- معرفة اتجاهات الآخرين

- أخرى

17- ماذا استفدت من نقاشاتك في المنتديات؟

- ضبط النفس

- تقبل الآخر

- إبداء الرأي

18- ما هي أوجه استفادتك من المراسلات الإلكترونية؟

- التعاون من خلال تبادل الملفات

- مشاركة الآخرين أفراحهم

- مواساة الآخرين في أحزانهم

المحور الثالث: الإعلام الديني وترسيخ القيم الدينية

19- ما مواقع الهيئات الدينية الحكومية المسيرة للشؤون الدينية التي تتابعها؟

- مواقع وزارة الشؤون الدينية

- موقع جمعية العلماء المسلمين الجزائريين

- موقع لجنة الفتوى

- أخرى

20- ما هي مساهمات مواقع الهيئات الدينية في مجال الدين؟

- الدعوة إلى الاعتدال

- التوجيه في مجال الدين

- الإفتاء

- أخرى

21- ما موقفك من المواقع والصفحات الدعوية؟

- توضح قضايا خلافية
- تدعم الثقافة الدينية
- تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة

22- ما هي المضامين الدينية التي تتصفحها عبر الإنترنت؟

- الاستماع لدروس المواعظ
- القرآن والأحاديث النبوية
- الفتاوى
- أخرى

23- هل تصفحك للمواقع الدينية عمل على تدعيم القيم الدينية لديك؟ نعم لا

- إذا كانت الإجابة ب : نعم، فيما تتمثل هذه القيم؟

- العفو والتسامح
- حب الخير للآخرين
- الوسطية والاعتدال
- أخرى

24- هل تساهم المنتديات في غرس القيم الدينية؟ نعم لا

- إذا كانت الإجابة بنعم فيما تتمثل هذه القيم؟

- إتقان العمل
- تماسك أفراد المجتمع
- حسن المعاملة
- أخرى

ملحق رقم (02): يمثل دليل المقابلة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل-تاسوست-

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

دور الإعلام الإلكتروني في تشكيل القيم الإجتماعية
للطالب الجامعي- دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم
الإعلام والاتصال بجامعة جيجل

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر صحافة مطبوعة وإلكترونية

إشراف الأستاذ:

بوخدوني توفيق

إعداد الطالبات:

بوحوش زينة

بلهاين لطيفة

طويطو سلمى

دليل المقابلة

أنثى

1- الجنس: ذكر

2- المستوى التعليمي:

- مستوى ليسانس:

▪ سنة ثانية ليسانس

▪ سنة ثالثة ليسانس

- مستوى ماستر:

سنة أولى ماستر

سنة ثانية ماستر

من خلال المنشورات الآتية:

ما هي القيم التي تغرسها لديك؟

- 3- هل كل القيم الأخلاقية المطروحة على النث تتوافق مع عادات وتقاليد المجتمع؟
- 4- أي المواقع التواصلية الأكثر بروزا لدى الطلبة الجامعيين التي تتلقى الإجماع في التصفح؟
- 5- هل توصلت إلى إقناع الآخرين بأفكارك في المنتديات الالكترونية؟
- 6- هل ساعدك المحتوى المعروض على النث في دعم الوسطية الدينية؟

إجابة المبحوثين:

أنثى

1- الجنس: ذكر

2- المستوى التعليمي:

مستوى ليسانس

- سنة ثانية ليسانس

- سنة ثالثة ليسانس

مستوى ماستر:

- سنة أولى ماستر

- سنة ثانية ماستر

3- هل كل القيم الأخلاقية المطروحة على النث تتوافق مع عادات وتقاليد المجتمع؟

ج1: البعض منها فقط لأن أغلب القيم الأخلاقية في النث معادية للعادات والتقاليد.

4- أي المواقع التواصلية الأكثر بروزا لدى الطلبة الجامعيين التي تتلقى الإجماع في التصفح؟

ج2: فايسبوك، لأنه يحتوي على خاصية الوضع المجاني ما يساعد الطلبة على الولوج دون تكلفة.

5- هل توصلت إلى إقناع الآخرين بأفكارك المنتديات الالكترونية؟

ج3: نعم أقنعهم إلى حد ما لأنني في العادة عندما أخوض في النقاشات أكون على دراية بأني سأقنع الطرف الآخر.

7- هل يساعدك المحتوى المعروض على النث في دعم الوسطية الدينية؟

ج3: نعم إلى حد ما لان هناك مواضيع تعرض على النث هي بمثابة محفز لي ومدعم للوسطية الدينية لدي.

ملحق رقم (03): مخرجات spss

Effectifs

Statistiques

	N		Moyenne	Ecart-type
	Valide	Manquante		
الجنس	101	0	1,72	,450
السن	101	0	2,21	,571
التعليمي_المستوى	101	0	2,21	1,134
التخصص	101	0	2,22	1,145
ماهيالوسيلةالتيانتفاعليهاالوجهالكترونية	101	0	1,94	,238
ماهيالوسيلةالتيانتفاعليهاكمبيوترمحمول	101	0	1,80	,400
ماهيالوسيلةالتيانتفاعليهاهااتفقال	101	0	1,13	,337
ماهيالوسيلةالتيانتفاعليهاألفزيونذكي	101	0	1,91	,286
أخرى	101	0	1,96	,196
ماهوالمكانالمفضللديكأثناءتصفحكالنت؟	101	0	1,24	,680
ماهوالوقتالذيتمضيهاستخدامكالنت؟	101	0	2,49	,576
ماهيالأوقاتالتيستعملفيهاالنت؟	101	0	3,29	,898
ماهيأبرزالبرامجالتيانتفاعلمعها؟	101	0	1,79	1,152
تفاعلكمعالأخرينببمعبرفضاء	101	0	1,04	,398
مانوعالقيمةالأخلاقيةالتيكتسبهامنهذاالفضاء؟	101	0	2,26	,934
هلأنتمقتنعبانهااتفكالذكيبحسنعلاقتهبالأخرين؟	101	0	1,25	,434
أفرادالأسرة	76	25	1,39	,492
الزملاء	76	25	1,43	,499
الأساتذة	76	25	1,80	,401
آخرون	76	25	1,66	,478
هلتنصفتحكمواقعالتواصلالاجتماعيعمل	101	0	1,22	,415
علنتدعيماالقيمالأخلاقيةلديك	77	24	1,29	,455
تقويةتقديرالذات	79	22	1,71	,457
تعزيزالتضامن	79	22	1,97	,158

ماهي الفضاء انا للإكترونية الأكثر تأثيرا	101	0	2,92	,417
لداقيما لاجتماعية؟				
ماهي القيم التي تتدعمها و افعالها و اصلا لاجت	101	0	1,99	1,179
ماعي؟				
ماذا تتعلم ممن و افعالها و اصلا لاجت؟	101	0	2,28	1,357
ماذا استفدت من نقاشاتك في المنتديات؟	101	0	2,42	,697
ماهي اوجه استفادتك من المراسلات الإلكترونية	101	0	1,53	,715
نية؟				
مامو افعالها في الدين في الحكومة المسير مثلا	101	0	2,19	1,231
شؤوننا الدينية التي نتبعها؟				
ماهي مساهمات موالفها في الدين في مجال ال	101	0	2,03	,932
دين؟				
مامو فكم نالوا و الصفحات ال عوية؟	101	0	2,31	,758
ماهي المضامين الدينية التي تصفحها عبر	101	0	2,18	,853
الإنترنت؟				
هل تصفحك الموالف الدينية عملتند عيما لقي	101	0	1,06	,238
مالدينية لديك؟				
العفو و التسامح	95	6	1,59	,495
حب الخير للآخرين	95	6	1,61	,490
الوسطية و الاعتدال	95	6	1,74	,443
أخرى	95	6	1,77	,424
هل تساهم المنتديات في تغير ساقيم الدينية؟	101	0	1,03	,171
إتقان العمل	98	3	1,82	,389
تساهم أفراد المجتمع	98	3	1,49	,502
حسنا المعاملة	98	3	1,48	,502
أخرى	98	3	1,97	,303

Tableau de fréquences

الجنس				
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	28	27,7	27,7	27,7
Valide أنثى	73	72,3	72,3	100,0
Total	101	100,0	100,0	

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة 20 أقل من	8	7,9	7,9	7,9
سنة 23 إلى أقل من 20 من	64	63,4	63,4	71,3
سنة 23 فما فوق	29	28,7	28,7	100,0
Total	101	100,0	100,0	

التعليمي المستوى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة ثانية	36	35,6	35,6	35,6
سنة ثالثة	28	27,7	27,7	63,4
سنة أول ليسانس	17	16,8	16,8	80,2
سنة ثانية ليسانس	20	19,8	19,8	100,0
Total	101	100,0	100,0	

التخصص

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
علوم الإعلام والاتصال	36	35,6	35,6	35,6
الإعلام	28	27,7	27,7	63,4
صحافة مطبوعه و الكترونية	16	15,8	15,8	79,2
سمعي بصري	21	20,8	20,8	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هي الوسيلة التي تتفاجأ عليها لوحة الكترونية

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	6	5,9	5,9	5,9
لا	95	94,1	94,1	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هي الوسيلة التي تتفقا عليها كمبيوتر محمول

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	20	19,8	19,8	19,8
لا	81	80,2	80,2	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هي الوسيلة التي تتفقا عليها هاتف نقال

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	88	87,1	87,1	87,1
لا	13	12,9	12,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هي الوسيلة التي تتفقا عليها تلفزيون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	9	8,9	8,9	8,9
لا	92	91,1	91,1	100,0
Total	101	100,0	100,0	

أخرى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	4	4,0	4,0	4,0
لا	97	96,0	96,0	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هو المكان المفضل لديك أثناء تصفح الإنترنت؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
المنزل	87	86,1	86,1	86,1
الجامعة	8	7,9	7,9	94,1

مقها الأثرنت	2	2,0	2,0	96,0
أخرى	4	4,0	4,0	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هو الوقت الذي تمضيها في استخدام كلنت؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
أقل من ساعة	4	4,0	4,0	4,0
من ساعة إلى ساعتين	44	43,6	43,6	47,5
ساعتان أكثر من 3	53	52,5	52,5	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هي الأوقات التي تستعمل فيها الننت؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
صباحا	5	5,0	5,0	5,0
مساء	15	14,9	14,9	19,8
ليلا	27	26,7	26,7	46,5
في كل الأوقات	54	53,5	53,5	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هي أبرز المجالات التي تتفاعل معها؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
إجتماعية	62	61,4	61,4	61,4
دينية	15	14,9	14,9	76,2
أخلاقية	7	6,9	6,9	83,2
أخرى	17	16,8	16,8	100,0
Total	101	100,0	100,0	

تفاعلكم مع الآخرين يتم عبر فضاء

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
مواقع التواصل الاجتماعي	100	99,0	99,0	99,0
أخرى	1	1,0	1,0	100,0
Total	101	100,0	100,0	

مانو عا القيمة الأخلاقية التي تتكسبها منهذا الفضاء؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
التواصل مع العائلة	26	25,7	25,7	25,7
البقاء على اتصال مع الآخرين	31	30,7	30,7	56,4
Validé التواصل مع الزملاء والأصدقاء	36	35,6	35,6	92,1
أخرى	8	7,9	7,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

هل أنت متقن بعبارةاتها فكذلك الذي يحسن علاقتك بالآخرين؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé نعم	76	75,2	75,2	75,2
لا	25	24,8	24,8	100,0
Total	101	100,0	100,0	

أفراد الأسرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé نعم	46	45,5	60,5	60,5
لا	30	29,7	39,5	100,0
Total	76	75,2	100,0	
Manquante	Système manquant	25	24,8	
Total		101	100,0	

الزملاء

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé نعم	43	42,6	56,6	56,6

لا	33	32,7	43,4	100,0
Total	76	75,2	100,0	
Manquante	Systememanquant	25	24,8	
Total	101	100,0		

الأساتذة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	15	14,9	19,7	19,7
Valide لا	61	60,4	80,3	100,0
Total	76	75,2	100,0	
Manquante	Systememanquant	25	24,8	
Total	101	100,0		

آخرون

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	26	25,7	34,2	34,2
Valide لا	50	49,5	65,8	100,0
Total	76	75,2	100,0	
Manquante	Systememanquant	25	24,8	
Total	101	100,0		

هل تصفحكلماتوافعالنا اجتماعيا عملتد عيماالقيماالأخلاقيةأديك

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	79	78,2	78,2	78,2
Valide لا	22	21,8	21,8	100,0
Total	101	100,0	100,0	

تقويةتقديرالذات

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	55	54,5	71,4	71,4
Valide لا	22	21,8	28,6	100,0
Total	77	76,2	100,0	

Manquante	Système manquant	24	23,8		
Total		101	100,0		

ترسيخ التضامن

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	23	22,8	29,1	29,1
	لا	56	55,4	70,9	100,0
	Total	79	78,2	100,0	
Manquante	Système manquant	22	21,8		
Total		101	100,0		

تفرض الأمانة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	2	2,0	2,5	2,5
	لا	77	76,2	97,5	100,0
	Total	79	78,2	100,0	
Manquante	Système manquant	22	21,8		
Total		101	100,0		

ما هي الفضاءات الإلكترونية الأكثر تأثيراً على القيمة الاجتماعية؟

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	المدونات	3	3,0	3,0	3,0
	المنتديات	4	4,0	4,0	6,9
	مواقع التواصل الاجتماعي	92	91,1	91,1	98,0
	الصحافة الإلكترونية	2	2,0	2,0	100,0
	Total	101	100,0	100,0	

ما هي القيمة التي تدعمها مواقفنا تواصل اجتماعي؟

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	اكتساب صداقات	52	51,5	51,5	51,5

الانخراط في الجمعيات الخيرية	16	15,8	15,8	67,3
إمكانية المشاركة في النشاطات الاجتماعية	15	14,9	14,9	82,2
أخرى	18	17,8	17,8	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ماذا تتعلمون من أفعالنا الصالحة؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
التفاعلية مع أفراد المجتمع	38	37,6	37,6	37,6
توسيع العلاقات الاجتماعية	32	31,7	31,7	69,3
التمكن من التناوب	5	5,0	5,0	74,3
معرفة اتجاهات الآخرين	17	16,8	16,8	91,1
أخرى	9	8,9	8,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ماذا استفدتم من مناقشاتنا كافي المنتديات؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ضبط النفس	12	11,9	11,9	11,9
تقبل الآخر	35	34,7	34,7	46,5
إبداء الرأي	54	53,5	53,5	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هي أوجه استفادتنا من المراسلات الإلكترونية؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
التعاون من خلال تبادل الملفات	60	59,4	59,4	59,4
مشاركة الآخرين بأفراحهم	28	27,7	27,7	87,1
مواصلة الآخرين بنفياً جزائريهم	13	12,9	12,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما أفعال الهيئات الدينية الحكومية المسيرة للشؤون الدينية التي تتابعها؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
مواقع وزارة الشؤون الدينية	44	43,6	43,6	43,6

موقعية العلماء المسلمين الجزائريين	18	17,8	17,8	61,4
موقعية الفتوى	15	14,9	14,9	76,2
أخرى	24	23,8	23,8	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هي مساهمات مواقع الهيئات الدينية في مجال الدين؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الدعوة بالاعتدال	33	32,7	32,7	32,7
التوجيه في مجال الدين	41	40,6	40,6	73,3
الإفتاء	18	17,8	17,8	91,1
أخرى	9	8,9	8,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما موقعكم من المواقع الصفحات الدعوية؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
توضيح قضايا أخلاقية	18	17,8	17,8	17,8
تدعم الثقافة الدينية	34	33,7	33,7	51,5
تصحيح بعض المفاهيم الخاطئة	49	48,5	48,5	100,0
Total	101	100,0	100,0	

ما هي المضمونات الدينية التي تتصفحها عبر الإنترنت؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
الاستماع لدروس المواعظ	20	19,8	19,8	19,8
القرآن أو الأحاديث النبوية	52	51,5	51,5	71,3
الفتاوى	20	19,8	19,8	91,1
أخرى	9	8,9	8,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

هل تصفحكم المواقع الدينية عملتد عيما القيم الدينية لديك؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Validé نعم	95	94,1	94,1	94,1

لا	6	5,9	5,9	100,0
Total	101	100,0	100,0	

العفو والتسامح

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	39	38,6	41,1	41,1
Valide لا	56	55,4	58,9	100,0
Total	95	94,1	100,0	
Manquante Systememanquant	6	5,9		
Total	101	100,0		

حبالخير للآخرين

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	37	36,6	38,9	38,9
Valide لا	58	57,4	61,1	100,0
Total	95	94,1	100,0	
Manquante Systememanquant	6	5,9		
Total	101	100,0		

الوسطية والاعتدال

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	25	24,8	26,3	26,3
Valide لا	70	69,3	73,7	100,0
Total	95	94,1	100,0	
Manquante Systememanquant	6	5,9		
Total	101	100,0		

أخرى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	22	21,8	23,2	23,2
Valide لا	73	72,3	76,8	100,0

Total	95	94,1	100,0
Manquante Systememanquant	6	5,9	
Total	101	100,0	

هل تساهم الامتدبات في تغيير سالف القيم الدينية؟

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	98	97,0	97,0	97,0
لا	3	3,0	3,0	100,0
Total	101	100,0	100,0	

إتقان العمل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	18	17,8	18,4	18,4
لا	80	79,2	81,6	100,0
Total	98	97,0	100,0	
Manquante Systememanquant	3	3,0		
Total	101	100,0		

تماسك أفراد المجتمع

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
نعم	50	49,5	51,0	51,0
لا	48	47,5	49,0	100,0
Total	98	97,0	100,0	
Manquante Systememanquant	3	3,0		
Total	101	100,0		

حسن المعاملة

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	51	50,5	52,0	52,0
	لا	47	46,5	48,0	100,0
	Total	98	97,0	100,0	
Manquante	Systememanquant	3	3,0		
Total		101	100,0		

أخرى

		Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	نعم	5	5,0	5,1	5,1
	لا	92	91,1	93,9	99,0
	4	1	1,0	1,0	100,0
	Total	98	97,0	100,0	
Manquante	Systememanquant	3	3,0		
Total		101	100,0		

06/06/2023

تعداد الطلبة المسجلين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية السنة الجامعية 2022/2023

التعداد حسب الأقسام	المسجلين	التخصص	القسم
674	674	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية
914	301	الثانية	علم الاجتماع
	301	الثالثة	
	41	الأولى	علم اجتماع الاتصال
	39	الثانية	
	33	الأولى	علم اجتماع التربية
	63	الثانية	
	64	الأولى	علم اجتماع التنظيم والعمل
	72	الثانية	
520	141	الثانية	الليسانس
	197	الثالثة	
	39	الأولى	الماستر
	51	الثانية	
	34	الأولى	
	58	الثانية	
481	481	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية
1018	357	الثانية	الليسانس
	283	الثالثة	
	65	الأولى	الماستر
	96	الثانية	
	96	الأولى	
	121	الثانية	
187	73	الأولى	الليسانس
	27	الثانية	
	16	الثالثة	
	40	الأولى	الماستر
	31	الثانية	
3794	3794	المجموع	